



Public Works and  
Government Services  
Canada

Travaux publics et  
Services gouvernementaux  
Canada

Government  
Publication  
**Canada**

CAI  
PW  
- 2001  
G67

3 1761 11709513 3



## Graphics Standards Manual

**Public Works and  
Government Services Canada**

*Corporate Identity Program*





<b>1.0 INTRODUCTION</b>	1
<b>2.0 DESIGN ELEMENTS</b>	2
<b>2.1 Common Design Elements</b>	2
2.1.1 Canada wordmark	2
2.1.2 Corporate signature	2
2.1.3 Creative space	3
<b>2.2 Internal Components</b>	4
2.2.1 Description of internal corporate symbol	4
2.2.2 Description of internal fonts/typography	5
2.2.3 Colour details	5
<b>2.3 External Components</b>	6
2.3.1 Description of external corporate image	6
2.3.2 Description of external fonts/typography	8
2.3.3 Colour details	8
<b>3.0 OFFICIAL LANGUAGES</b>	9
<b>4.0 APPLICATIONS</b>	10
<b>4.1 Acceptable Applications: Internal (with corporate symbol)</b>	10
<b>4.2 Acceptable Applications: External (with corporate image)</b>	10
<b>4.3 Unacceptable Applications: Internal and External</b>	10
<b>5.0 EXAMPLES OF APPLICATIONS</b>	11
<b>5.1 Brochures</b>	11
<b>5.2 Publication Covers</b>	12
<b>5.3 Web Pages</b>	13
5.3.1 External Internet Page – General Page Layout	14
<b>5.4 Slide Presentations</b>	15
<b>5.5 Newsletters</b>	16
<b>5.6 Fact Sheets</b>	17
<b>5.7 Displays/Special Events</b>	18
<b>5.8 Certificates</b>	19
<b>6.0 BASIC PRODUCTION SCHEDULE</b>	20
<b>7.0 PHOTO AND PRINTING TIPS</b>	21
<b>7.1 Photo Reproduction Tips</b>	21
<b>7.2 Printing Tips</b>	21
<b>8.0 ISBN, ISSN AND COPYRIGHT</b>	22
<b>9.0 GLOSSARY</b>	23
<b>10.0 CONTACTS AND REFERENCES</b>	25
<b>10.1 Contacts</b>	25
<b>10.2 Relevant Policies and Guidelines</b>	26



The *Graphics Standards Manual* helps Public Works and Government Services Canada (PWGSC) employees, contractors and consultants convey a consistent, professional image of the department through the correct use of graphic elements. This manual complements Government of Canada (GoC) communications and Common Look and Feel initiatives to enhance federal presence.

The manual covers the use of graphic elements for two distinct audiences: a) internal — exclusively within PWGSC; and b) external — the general public and other government departments and agencies. The consistent use of these distinctive graphic elements will heighten recognition and awareness of PWGSC's mandate and importance to Canadians.

Giving PWGSC's communications vehicles a common look and feel will strengthen our visibility as a federal government organization. Our corporate identity is a powerful communications tool and an important communications mechanism in support of the Federal Identity Program (FIP).

The standards outlined in this manual reflect Business Board decisions to increase the GoC presence of PWGSC in accordance with Treasury Board Secretariat's government-wide action plan to revitalize the FIP and Canada wordmark.

The manual provides guidelines to ensure internal and external graphic design/corporate identity applications fall within the FIP framework. It also shows how to apply the specific graphic components correctly and consistently on all communications vehicles including print, multimedia, and web-based products.

Each PWGSC branch and region is responsible for implementing these graphic standards on all their communications products. The Translation Bureau, Consulting and Audit Canada and the Canadian General Standards Board can use their established visual identities. Unique programs, services and initiatives offered on behalf of the Government of Canada, i.e., the Canada Site, Publiservice and 1 800 O-Canada, may use the Government of Canada signature and are, therefore, exempted from the PWGSC Corporate Identity Program. However, any use of the PWGSC Corporate Identity Program by these organizations must be in accordance with this manual. Compliance is mandatory. The Director General of Communications, following consultation with the appropriate Departmental Executive Committee member, will assess each request for exception.

While every attempt has been made to cover most applications, these standards will be systematically reviewed to accommodate additions, revisions and any new communications vehicles.

**Note:** Templates for some applications are available through the PWGSC Intranet, *The Source*, at <http://source.pwgsc.gc.ca/guide>



There are two different graphic approaches involved in our corporate identity program. The first one is for **internal applications** such as employee reports, employee-oriented documents, presentations, internal bulletins, etc. The other is for **external applications** including promotional materials, exhibitions, public forums, and presentations. It is essential that we maintain consistency in our presentation of PWGSC to **internal and external audiences** for clarity of message and strong, cohesive impact.

Recognizing that creative flexibility is important, every effort has been made to ensure that PWGSC's internal and external corporate identity programs allow users to design and create materials that meet their communications needs, while conveying a distinct image of the department. Advice should be sought on product appropriateness and application style by contacting one of the communications advisors referenced in Section 10.1.

To reiterate, there are two basic corporate identity approaches: one for internal PWGSC audiences (corporate symbol) and one for external audiences (corporate image) comprising the general public and other government departments and agencies.

## 2.1 Common Design Elements

Both the internal and external images share common elements including:

### 2.1.1 Canada wordmark

The Canada wordmark serves as the global identifier of the government and is the dominant corporate symbol of the FIP. The wordmark always appears in association with the corporate signature of a federal institution. Its letter forms originated from the typeface Baskerville but were modified for purposes of the wordmark. This means that the design of the wordmark is unique and an appropriate master is required for reproduction.

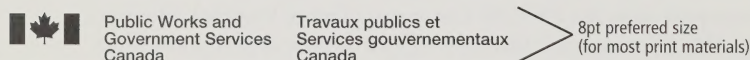
**FIGURE 1**



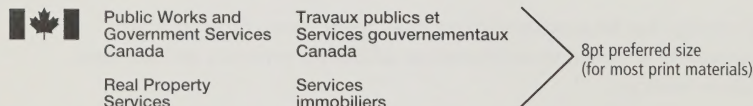
### 2.1.2 Corporate signature

The three-line PWGSC corporate signature is composed of the flag symbol, the departmental name in both official languages, and (wherever applicable) the name of the branch or region on a separate line. It must be reproduced in Helvetica, regardless of the font used in the rest of the application, as demonstrated in Figures 2A and 2B.

**FIGURE 2A – THREE-LINE CORPORATE SIGNATURE**



**FIGURE 2B – BRANCH/REGION DESIGNATION**



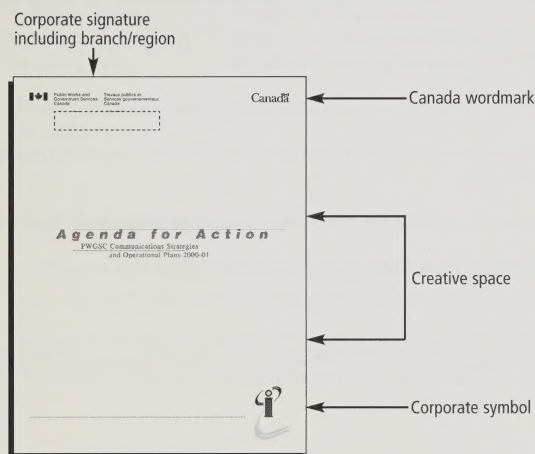
### 2.1.3 Creative space

Most applications require the use of a space to customize the communications product for specific needs, while retaining a distinct corporate look. This “creative space” is defined as the area of the communications product that contains the document title and other specific text or visual images, such as photographs, line drawings or graphics. The materials occupying this space are known as the “creative elements.” The treatment of these elements will be determined by the type of product and the audience for which it is intended.

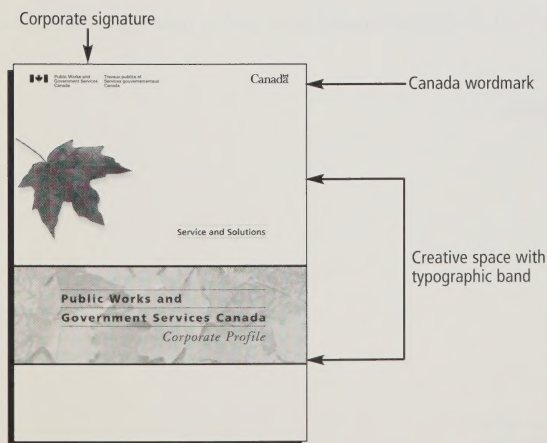
“Creative space” is also built into the typographic band used for external corporate purposes (refer to section 2.3.1). Different photographic, collage or colour backgrounds can change within the typographic band area, depending on the purpose of the communications piece.

A reasonable amount of white space must be left to separate the creative elements from the other components of the internal and external corporate looks, so that the overall product will have a clear and powerful visual impact.

**FIGURE 3A – INTERNAL USE**



**FIGURE 3B – EXTERNAL USE**



## ■ 2.2 Internal Components

In addition to the common design elements noted in 2.1, the graphics standards for **internal** materials include three other basic components:

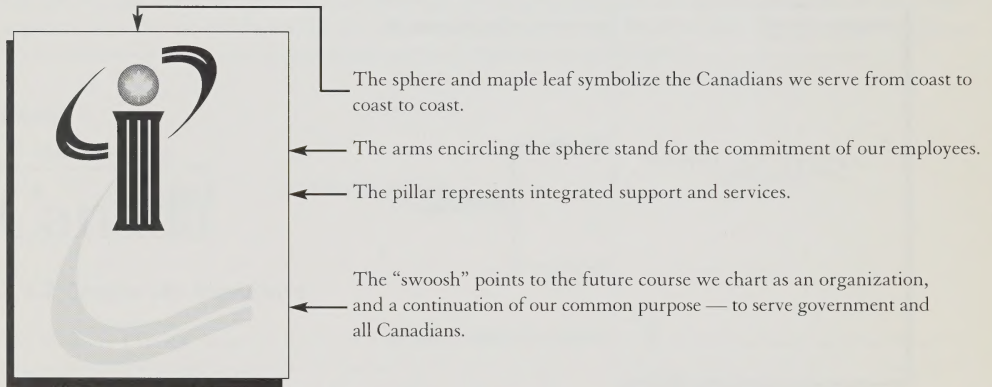
- Corporate symbol
- Specific fonts/typography
- Colour

### 2.2.1 Description of internal corporate symbol

The PWGSC internal corporate symbol is an important design element. It includes a pillar; a sphere containing a maple leaf; two curved arms encircling the sphere; and the “swoosh,” leading from the central image. None of the components of the corporate symbol can be deleted, altered or used separately. The “swoosh” remains with the symbol at all times unless space limitations prohibit as with promotional items, i.e., lapel pins.

Overall, the design is a graphic representation of a person, which symbolizes both the strength and the knowledge of our employees. Each component of the design, however, also carries special significance, as illustrated in Figure 4.

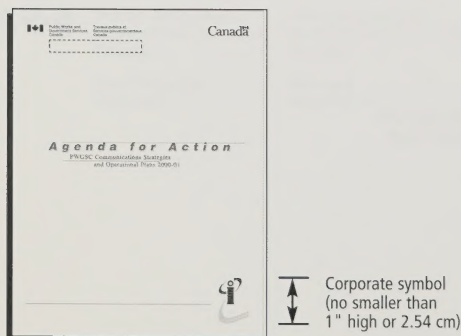
**FIGURE 4 – INTERNAL CORPORATE SYMBOL**



The “swoosh” must always appear as a screen, set at a value between 5% and 10%, and must be consistent with the value used for the maple leaf within the sphere component of the corporate symbol.

**Corporate symbol placement:** The corporate symbol is generally placed in the bottom right-hand corner, allowing for maximum creative space.

**FIGURE 5 – INTERNAL CORPORATE SYMBOL**





## 2.2.2 Description of internal fonts/typography

Times and Helvetica are the two standard typefaces for internal use.

This choice was made for two reasons. First, Times and Helvetica are well known and widely used throughout the graphics and publishing industries for their readability. Second, they are readily accessible to departmental users, despite differences that may exist in computer platforms and software capabilities among branches and regions.

Seek advice regarding substitutions for these typefaces in rare instances where they may be unavailable or, in the case of some electronic applications, another font may be easier to read. Refer to the list of key contacts in Section 10.1.

### *Times samples*

Times Roman:	A team of many talents.
Times Bold:	<b>A team of many talents.</b>

### *Helvetica samples*

Helvetica Light:	A team of many talents.
Helvetica Roman:	<b>A team of many talents.</b>
Helvetica Bold:	<b>A team of many talents.</b>

(**Note:** Italic versions of all of these fonts are also available. If the Helvetica font is unattainable, please use Arial as a font substitute.)

## 2.2.3 Colour details

Although there is no specific colour for the internal corporate symbol, it must be a single colour. The “swoosh” and the maple leaf in the sphere must always appear as a screen, set at a value between 5% and 10%.

For print documents, you should always conform to the federal *No Frills Publishing Practices* guidelines when using colour (refer to Section 10.2 of this manual). We recommend using recycled paper.

## ■ 2.3 External Components

In addition to the common design elements noted in 2.1, the graphics standards for **external** materials include the following basic corporate image components:

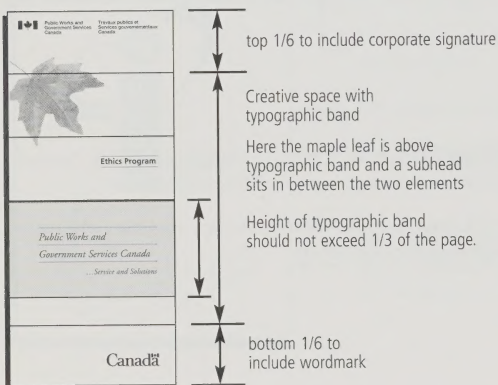
- Maple leaf
- Rectangular typographic band
- Specific fonts/typography
- Colour

### 2.3.1 Description of external corporate image

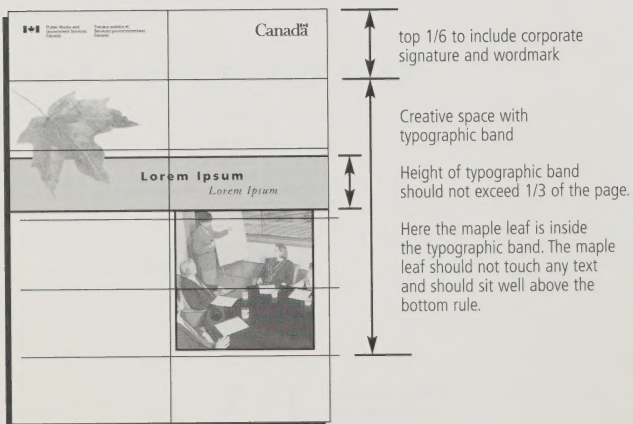
The components that encompass the external corporate image have a spatial relationship to one another. Size and proportion to one another is also a distinctive part of the overall look. The maple leaf may be used on its own, or in conjunction with the typographic band, but must always be positioned with the leaf stem pointing upward. When used in conjunction with the typographic band, both components should be in close visual proximity to each other, keeping in mind the proportions of the product.

Here are some examples of how the maple leaf and the typographic band should relate to each other.

**FIGURE 6A (SIZE: 4" X 9")**



**FIGURE 6B (SIZE: 8.5" X 11")**



In addition to the relationship of the various elements is the use of the typographic band as “creative space.” Different photographic, collage or colour background solutions can change within the typographic band area depending on the purpose of the communications piece.

**FIGURE 7A**

In this example, the background is a collage of people. Make sure that the screen values are never any darker than 40% of a colour wherever text is overlaid. Text must be legible at all times.



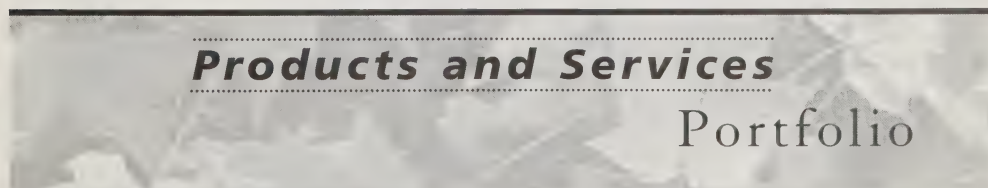
**FIGURE 7B**

This background is a 15% screen of a colour.



**FIGURE 7C**

A motif makes up this background. Again, make sure that the screen values are never any darker than 40% of a colour wherever text is overlaid. Text must be legible at all times.





## 2.3.2 Description of external fonts/typography

Granjon and Frutiger are the two standard typefaces for external use.

Always seek advice regarding substitutions for these typefaces where they may be unavailable or, in the case of some electronic applications, another font may be easier to read. Refer to the list of key contacts in Section 10.1.

### *Granjon samples*

Granjon Roman:	Service and Solutions
Granjon Bold:	<b>Service and Solutions</b>

### *Frutiger samples*

Frutiger Light:	Service and Solutions
Frutiger Light Condensed:	Service and Solutions
Frutiger Roman:	<b>Service and Solutions</b>
Frutiger Roman Condensed:	Service and Solutions
Frutiger Bold:	<b>Service and Solutions</b>
Frutiger Bold Condensed:	<b>Service and Solutions</b>
Frutiger Black:	<b>Service and Solutions</b>
Frutiger Black Condensed:	<b>Service and Solutions</b>
Frutiger Extra Black Condensed:	<b>Service and Solutions</b>
Frutiger Ultra Black:	<b>Service and Solutions</b>

**Note:** Italic versions of all these fonts are also available. If these fonts are not available, please use Times and Arial as a font substitute.

## 2.3.3 Colour details

Although full colour is used on some external communications materials, two colours can also be used: black plus one PMS colour. The recommended PMS colour is 1595 (orange). Duotones of the maple leaf are especially pleasing and create a three-colour effect. The design style is also quite effective in a single colour. The colours used for a duotone are Black and Pantone 1595. These two colours are set at a specific duotone curve.

The setting for black is as follows:

0:	0%
5:	0%
50:	16.9%
60:	22.5%
100:	81.9%

The setting for Pantone 1595 CVC is as follows:

0:	3.8%
20:	35%
50:	37.5%
60:	39.4%
80:	74.4%
95:	98.1%
100:	100%

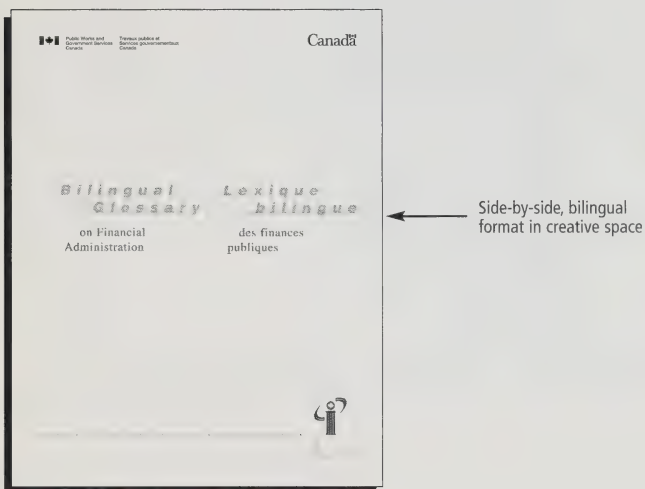
# 3.0 OFFICIAL LANGUAGES

Every effort must be made to present Canada's two official languages with equal prominence, using the same colours, and with an identical style, size and weight of type.

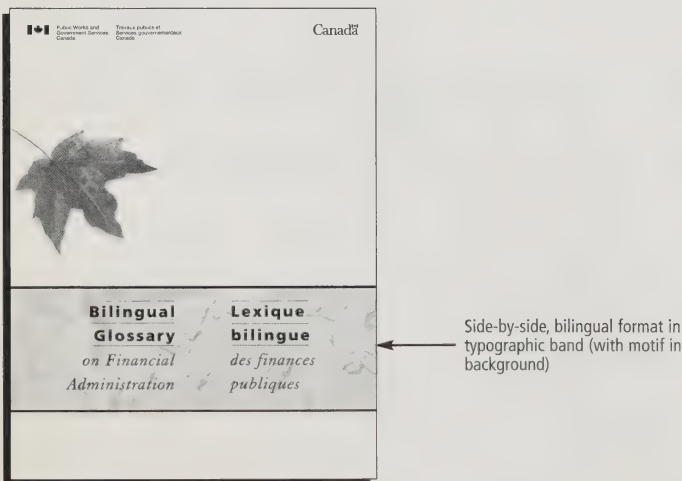
In accordance with FIP, the PWGSC corporate signature is presented in a side-by-side, bilingual format. The language of the audience for which the product is intended, or the geographic area of its distribution will determine whether English or French is displayed first, reading left to right.

Users are encouraged to refer to the federal guidelines (referenced in Section 10.2) for direction on mandated usage of official languages in both print and electronic media. For clarification on the design and placement of bilingual text in specific applications, please contact one of the communications advisors referenced in Section 10.1.

**FIGURE 8A – INTERNAL**



**FIGURE 8B – EXTERNAL**



This section lists applications where internal or external components can or cannot be used. Please note that the list of applications may change. Periodic updates will be issued as they occur.

## ■ 4.1 Acceptable Applications: Internal (with corporate symbol)

For all internal audiences, the following visual communications products are subject to the application of the PWGSC Corporate Identity Program:

- intranet;
- published material for exclusive internal use including employee-oriented bulletins, brochures, newsletters, periodicals, books, booklets, posters, and loose-leaf binders;
- audio-visual material and exhibits for exclusive internal use, including employee-oriented events, videotapes, CD-ROMs, overhead slides, computerized presentations, and displays;
- employee certificates; and
- employee-specific promotional items such as T-shirts, mugs, pins, mouse pads, pens, hats.

## ■ 4.2 Acceptable Applications: External (with corporate image)

For all external audiences including the general public and other government departments or agencies, the following visual communications products are subject to the application of the PWGSC Corporate Identity Program:

- Internet, extranets;
- published material for external distribution purposes including brochures and pamphlets, posters, periodicals, books and booklets;
- audio-visual material and exhibits for trade shows, presentations and other external activities including films, videotapes, CD-ROMs, overhead slides, computerized presentations and displays;
- certificates and awards; and
- promotional items such as T-shirts, mugs, pins, pens, hats.

## ■ 4.3 Unacceptable Applications: Internal and External

The following applications are restricted to FIP elements only — made up of the Canada wordmark and three-line corporate signature only. Never use the internal corporate symbol or external corporate image on the following materials:

- stationery (letterhead, envelopes, notepaper, business cards, complimentary cards);
- forms (government cheques, cheque inserts, contracts, legal documents);
- personnel identification (identification cards, hard hats, uniforms);
- formal advertising (print ads, television, outdoor and transit placements, paid and public service announcements, public notices);
- most Ministerial or official invitations;
- news releases and other media relations products;
- packaging and labelling;
- markings for motor vehicles;
- identification of equipment (all-terrain vehicles, small watercraft, and construction and maintenance equipment);
- signage (advance signs, primary identification signs, directory boards, common-use and operational signs, project signs); and
- commemorative plaques to officially name a Government of Canada structure.

**Note:** Kit folders — It is recommended to use the GoC folders. Refer to 6C 224 (92106) 7540-21-909-1811 (1-888-562-5561).



## ■ 5.1 Brochures

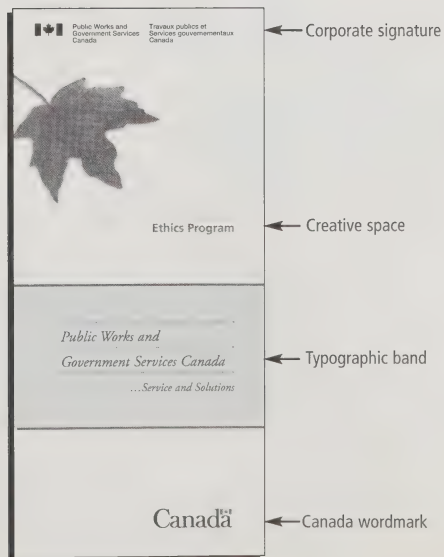
### Internal

FIGURE 9 – (SIZE: 4" X 9")



### External

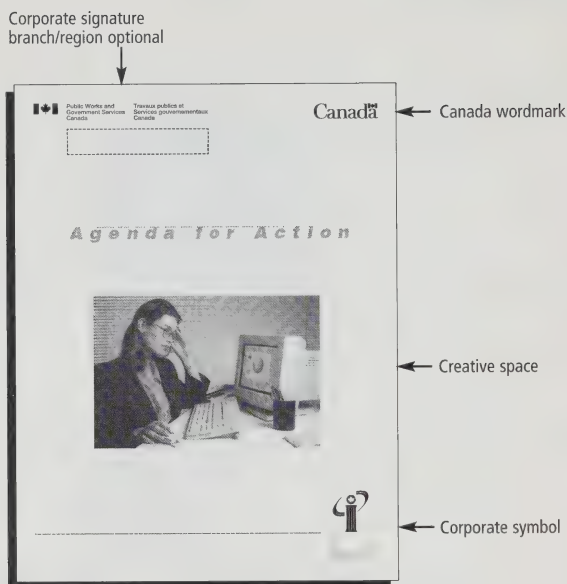
FIGURE 10 – (SIZE 4" X 9")



## ■ 5.2 Publication Covers

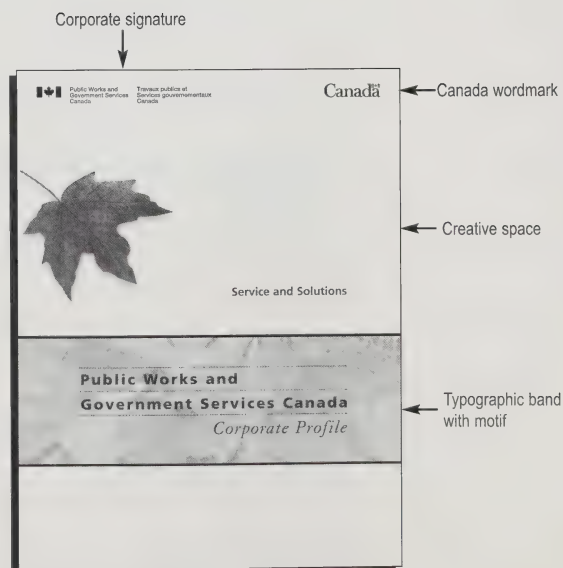
### Internal

FIGURE 11 – (SIZE: 8.5" x 11")



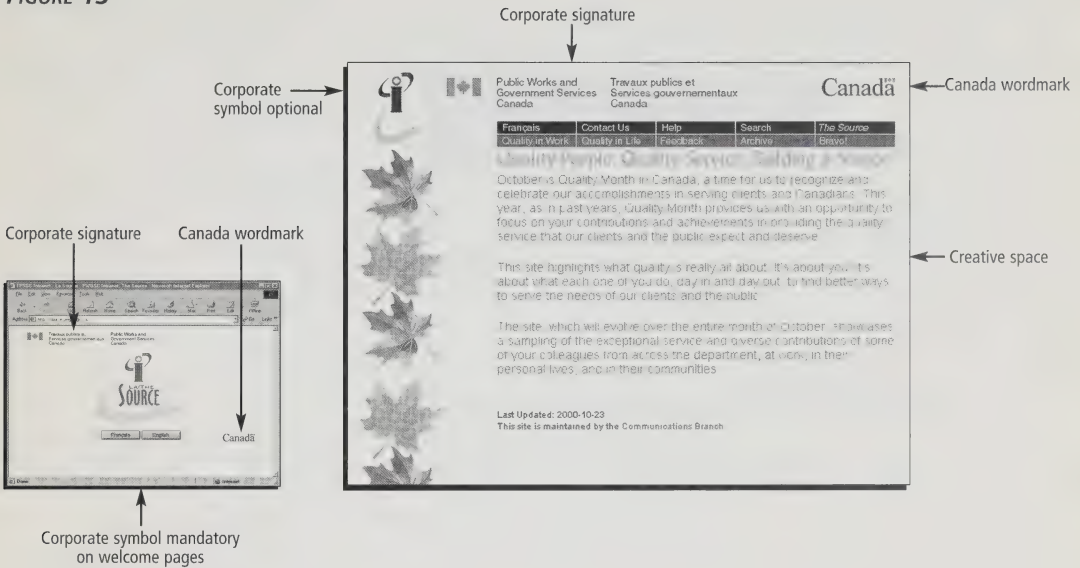
### External

FIGURE 12 – (SIZE: 8.5" x 11")

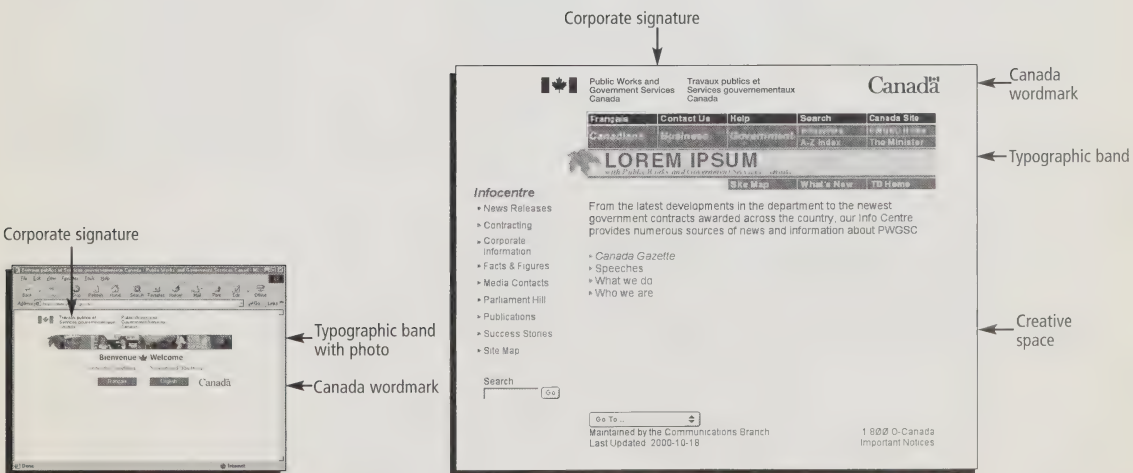


## ■ 5.3 Web Pages

### Internal FIGURE 13



### External FIGURE 14

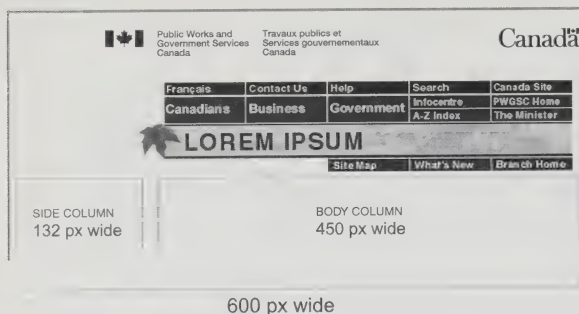


Note: Refer to the *Web Publishing Guide* for details.



### 5.3.1 External Internet Page – General Page Layout

As part of the Common Look and Feel initiative, all Government of Canada (GoC) Internet pages must include the common menu bar as well as an institutional menu bar. Refer to the *Web Publishing Guide* for details.



The GoC common menu bar includes:

- Language (Français or English)
- Contact Us
- Help
- Search
- Canada Site

The PWGSC institutional menu bar includes:

- Canadians
- Business
- Government
- Infocentre
- A-Z Index
- PWGSC Home
- The Minister

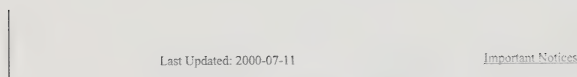
The PWGSC corporate image must also be included (refer to section 2.3).

#### Document Footer

All Internet pages must have a date indicator to signal to users that they have reached the end of that page and to signify the currency of the content. The ISO standard for all numeric date display is YYYY-MM-DD.

The footer includes:

- Last Updated: YYYY-MM-DD
- Important Notices

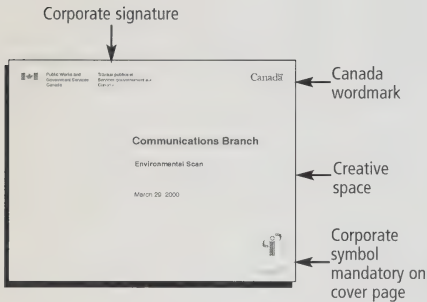


## ■ 5.4 Slide Presentations

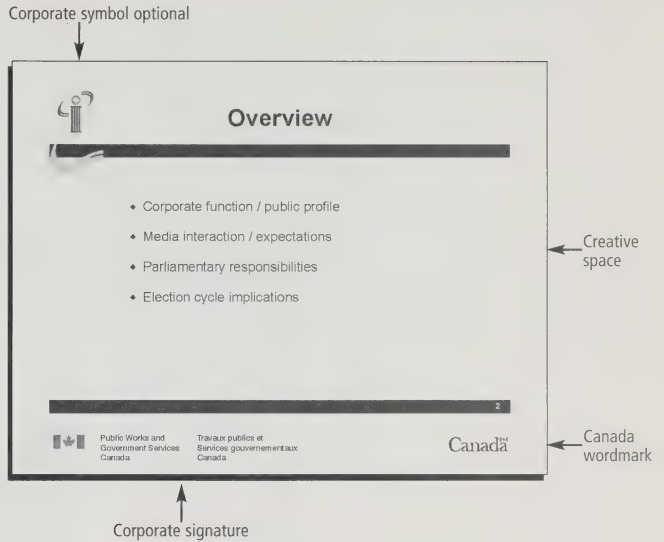
### Internal

FIGURE 15

#### COVER (SIZE: 11" X 8.5")



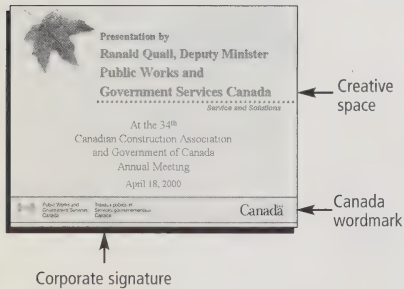
#### INSIDE PAGE (SIZE: 11" X 8.5")



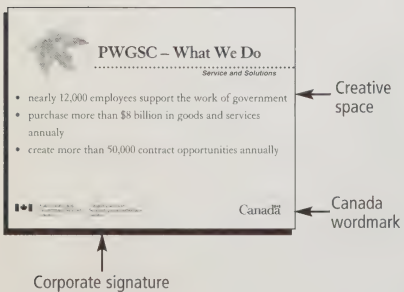
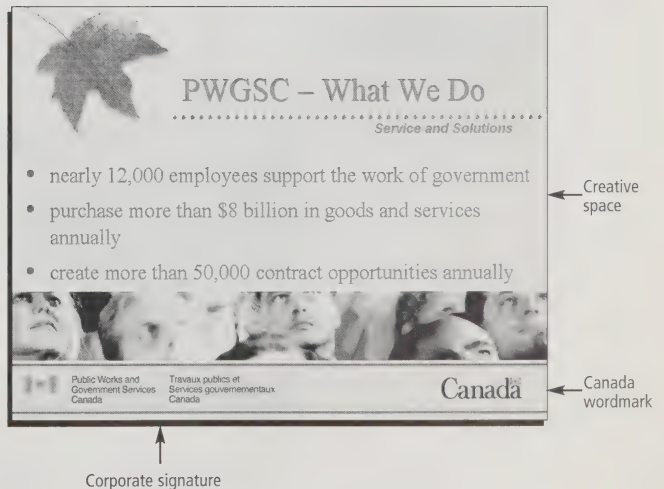
### External

FIGURE 16

#### COVER (SIZE: 11" X 8.5")

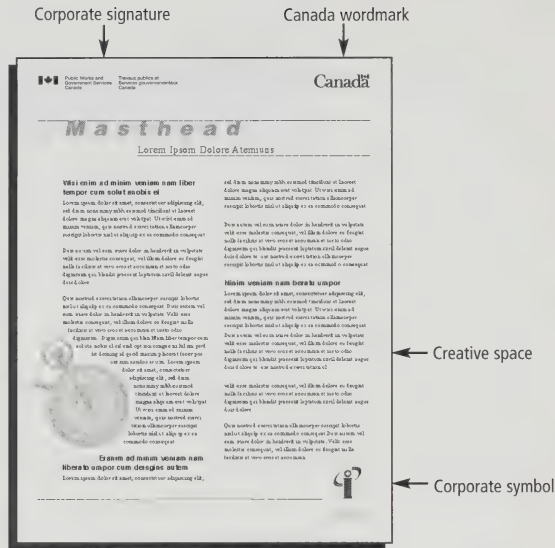


#### INSIDE PAGE (SIZE: 11" X 8.5")



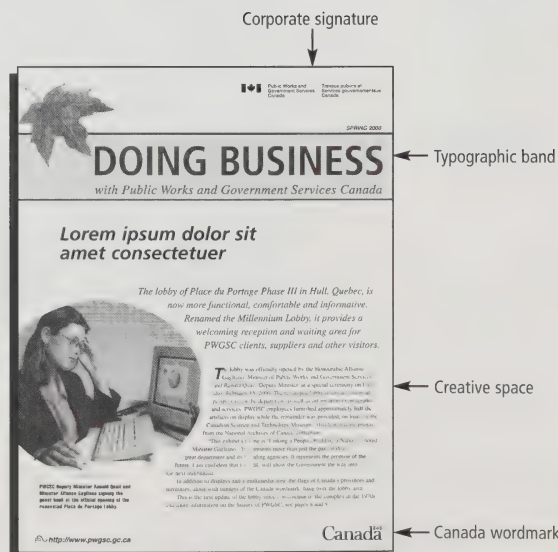
## Internal

FIGURE 17 – (SIZE: 8.5" x 11")



## External

FIGURE 18 – (SIZE: 8.5" x 11")

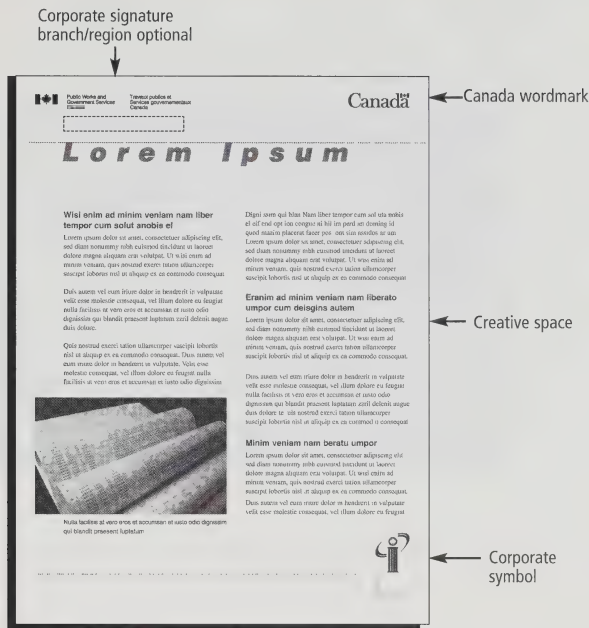




## ■ 5.6 Fact Sheets

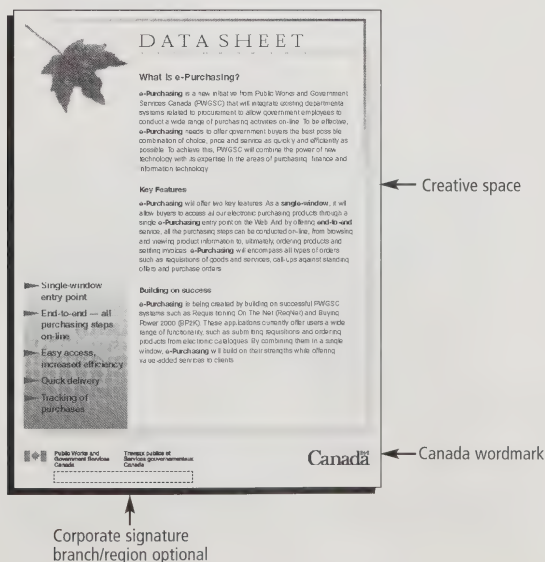
### Internal

FIGURE 19 – (SIZE: 8.5" X 11")



### External

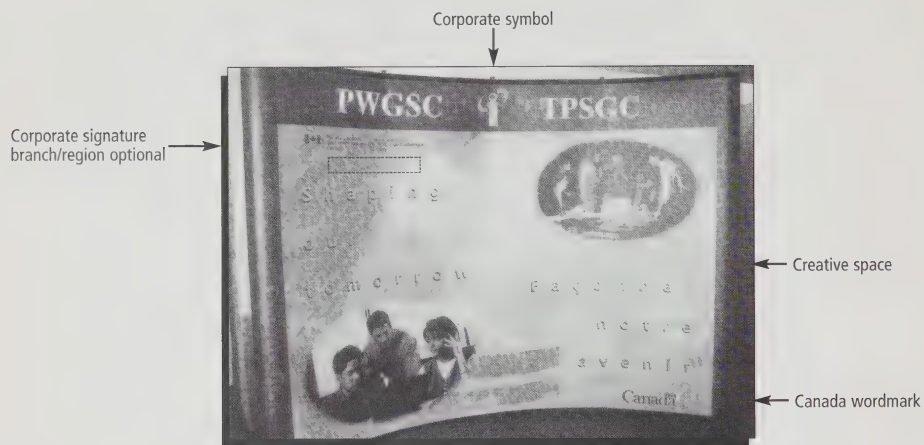
FIGURE 20 – (SIZE: 8.5" X 11")



## ■ 5.7 Displays/Special Events

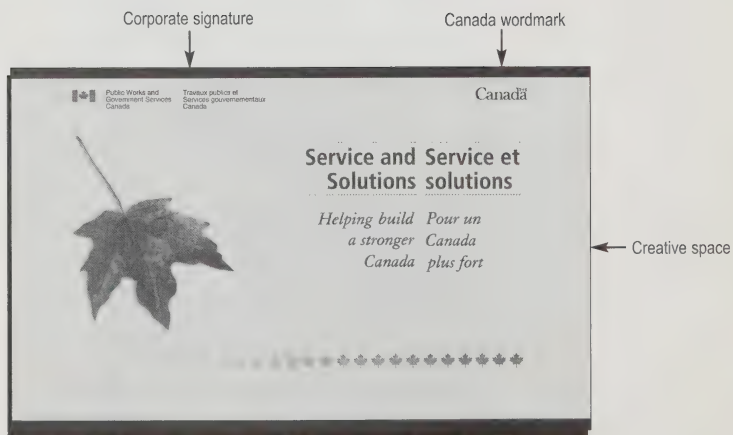
### Internal

FIGURE 21 – (SIZE: 8' x 10')



### External

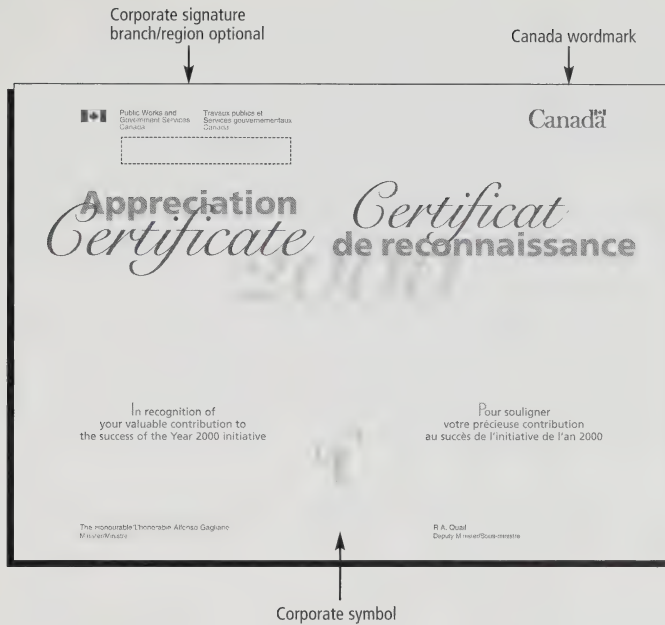
FIGURE 22 – (SIZE: 8' x 10')



## ■ 5.8 Certificates

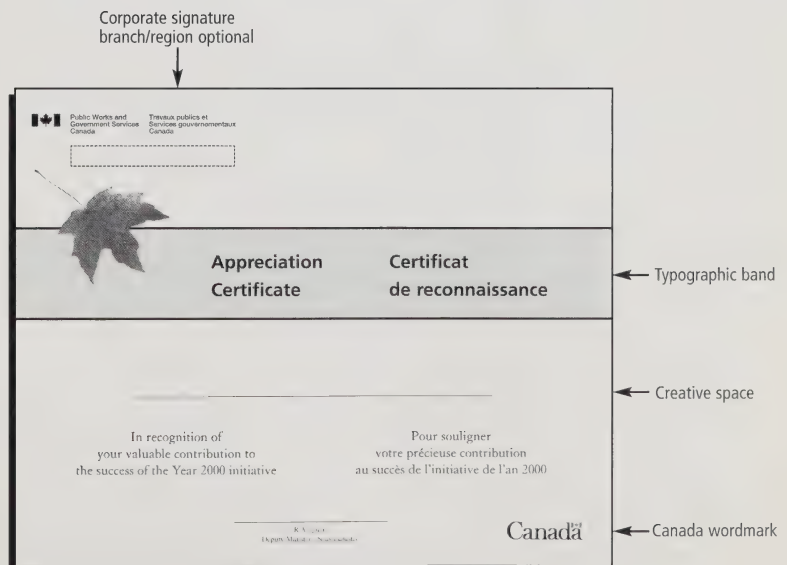
### Internal

FIGURE 23 – (SIZE: 11" X 8.5")



### External

FIGURE 24 – (SIZE: 17" X 11")



Based on a printed, three-panel, two-colour pamphlet.

Step	Deliverable	Turnaround time (in working days)
#1	Production meeting	1 1/2
#2	Define "scope of work"	1
#3	Develop distribution plan	1/2
#4	Establish production schedule	1/2
#5	Develop concepts	3-5
#6	Approval of concepts	2
#7	Provide final English	TBD*
#8	Translation	5-10
#9	Inside page layouts	—
	• English first proof	3-5
	• Approval	TBD*
	• English second proof	3-5
	• Approval	TBD*
	• French first proof	3-5
	• Approval	TBD*
	• French second proof	3-5
	• Approval	TBD*
#10	Final approvals	TBD*
#11	Finalized electronic files	2
#12	Printing	5-10
#13	Proof inspection of all blues and laminated color proofs	2-5
#14	Distribution	2-3
#15	Total (* excluding approvals)	36 1/2 - 60 1/2



## ■ 7.1 Photo Reproduction Tips

- Scan photos smaller than 5" x 7" at 200% of original size or more;
- Scan photos at 300 dpi (dot-per-inch) at final reproduction size for the best offset printing results; and
- Save photos as a jpeg file (a compression format that condenses a large photo file for quicker and more efficient e-mailing).

## ■ 7.2 Printing Tips

When preparing electronic files for print, follow these recommendations:

1. The entire publishing industry relies on Postscript™. Please be sure to select a Postscript print driver (preferably Linotronic 330) when page formatting your documents. This will ensure that when the files are opened by a printing company and output to laser printers or imagesetters, the files will maintain appearance and design integrity.
2. Be sure to supply up-to-date colour lasers and separated proofs. The printer will check their internal proofs against the hard copy you supply to ensure that line and page breaks are consistent, that images are correctly incorporated, that page order is correct and that trim and bleeds have been accounted for. Please ensure that you only supply the files needed.
3. Most PC software applications (such as WordPerfect™, Microsoft Word™ and Microsoft Publisher™) use RGB (red, green, blue) monitor colour ONLY. The RGB colour profiles will NOT output colour-separated film to an imagesetter. In general, you should never specify colours as RGB when they are intended for a printing press. If you want colour in your documents, be sure to work with a software application that has full colour capability (such as QuarkXPress™, InDesign™, Illustrator™, Pagemaker™, CorelDRAW™, etc.) and then specify colour requirements as spot colour by product name (such as Pantone™) or as process by setting CMYK percentages.
4. Ensure that all the fonts used in your documents are attached. If fonts are missing it can result in mixing text or undesirable font substitutions. Do not mix True Type™ with Adobe™ Type 1 fonts in the same document as this will cause problems when outputting to an imagesetter. For Adobe™ Type 1 fonts, ensure that both screen and printer fonts, as well as all fonts embedded in graphics and support files, are included.
5. Along with your FPOs, (for position only files), always supply images as high-resolution (266 dpi + ) files for final output. Low-res (72-dpi) is not a high enough resolution for the printing process. The minimum resolution suggested is as follows:

FPO	72 dpi
133 line uncoated	266 dpi
150 line coated	300 dpi

**Note:** It is important to scan images as close as possible to the actual size they will be reproduced (+ or - 20%), e.g., an image 4"x5" scanned at 300 dpi but then enlarged 200% in the document becomes 150 dpi — the more it is enlarged the poorer the reproduction.



## International Standard Book Number (ISBN)

The International Standard Book Number (ISBN) is a system of numerical identification for books, pamphlets, educational kits, microforms, CD-ROM and Braille publications. By assigning a unique ten-digit number to each published title, the system provides that title with its own, unduplicated, internationally recognized "identity." Publishers, booksellers, libraries, and other participants in the book industry use ISBN to identify publications in order to expedite their handling and retrieval. ISBN ensures that ordering, inventory control and accounting are executed more efficiently.

### To obtain an ISBN number contact:

Public Works and Government Services Canada

Communications Coordination Services Branch

Telephone: (613) 993-1695

Fax: (613) 941-2410

E-mail: [dsp-psd@pwgsc.gc.ca](mailto:dsp-psd@pwgsc.gc.ca)

On-line ISBN application form: <http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/ISBN/services-e.html>

## International Standard Serial Number (ISSN)

The International Standard Serial Number (ISSN) is a unique code for identifying serial publications such as newspapers, annuals, journals and monographic series. It provides an efficient and economical method of communication between publishers and suppliers.

### To obtain an ISSN contact:

ISSN Canada

Telephone: (819) 994-6895

Fax: (819) 997-6209

E-mail: [issn@nlc-bnc.ca](mailto:issn@nlc-bnc.ca)

## Copyright

To protect the Crown copyright, each publication should contain a notice of copyright as follows:

© Her Majesty the Queen in Right of Canada, as represented by the Minister of Public Works and Government Services  
(year published).

### Sample

© Her Majesty the Queen in Right of Canada, as represented by  
the Minister of Public Works and Government Services (2001).  
Cat. No.: P35-126/2000  
ISBN: 0-662-65300-9

**AAs (Author's Alterations)**

Chargeable author or client corrections and/or changes made in type at the proof stage. All corrections should be marked in red ink or pen, never in pencil lead. AAs are expensive and should be kept to a minimum.

**Bleed**

Printing that extends to the outside edges of the page.

**Camera Ready**

Finished pages prepared for the printer's camera as a paste-up or mechanical that combines all of the elements in proper form. (In practice, a paste-up or mechanical may be considered "camera ready," even though the halftones must be shot separately.)

**CMYK**

Abbreviation for cyan, magenta, yellow and key (black), the four process colours used in printing.

**Colour Proof**

Hard copy, in colour, to check for colour accuracy before the piece is printed.

**Comprehensive Sketch**

A detailed sketch showing the appearance and layout of the job to be printed, including type and illustrations in position on the page.

**Corporate Image**

PWGSC mandatory elements for external audiences comprising the general public and other government departments and agencies.

**Corporate Symbol**

PWGSC mandatory elements for internal audience.

**Creative Elements**

Elements such as document title, visual images, specific text, photographs, line drawings or graphics. The treatment of these elements will be determined by the type of product and the audience for which it is intended.

**Cromalin**

See pre-press proof.

**Duotone**

Term for a two-colour halftone reproduction from a monochrome (grey scale) photograph.

**Embossing**

Impressing an image in relief to achieve a raised surface, either over printing or on blank paper. (The latter is called "blind embossing.")

**EPS (Encapsulated Postscript)**

A known file format usually used to transfer post script information from one program to another. This file format can be saved at any desired resolution. Yet it cannot be manipulated in this format.

**FIP (Federal Identity Program)**

Comprising the flag symbol, name of the department in both official languages and the Canada wordmark enables the public to recognize clearly federal activities by means of consistent identification; to improve service to the public by facilitating access to federal programs and services; to project equality of status of the two official languages consistent with the Canadian Charter of Rights and Freedoms and the *Official Languages Act*; to ensure effective management of the federal identity consistent with government-wide priorities; to achieve savings through standardization; and to promote good management practices in the field of corporate identity and information design.

**Font**

Complete assortment of all the characters (upper and lowercase letters, numerals, punctuation marks, etc.) of one size and one typeface.

**Format**

General shape and appearance of a page (including margins, type, columns, grid, etc.); also, instructions for reproducing it.

**GIF (Graphics Interchange Format)**

Compressed bit-mapped or raster graphics, limited to 256 colours. Current popular use is for Web pages.

**Graphics**

Art and other elements (including type) used on the page as a visual statement.

**Halftone**

Photograph or other original continuous tone rendered reproduceable in print by conversion to a variety of tiny dots whose size duplicates the darkness or lightness of the original.

**JPEG (Joint Photographic Experts Group)**

A compressed file, usually of a photograph, that reduces the amount of data needed to display a full-colour bitmap. Currently popular use for viewing images through e-mail and Internet. The quality of the image when saved in this format diminishes a great deal.

**Match Print**

A form of a four-colour-process proofing system.

**PDF (Portable Document Format)**

The file format of documents viewed and created by Adobe Acrobat software, developed as a standard form for Internet documents. Advantages of PDF are that it is totally “cross-platform” (viewable by computers on all operating systems with “Acrobat Reader” installed) and that all graphics, formatting and page layout are faithfully preserved.

**PMS (Pantone Matching System)**

A standard of ink mixing and color matching formulas widely used in the printing industry. Each colour is a mixture of standard inks in various combinations.

**Pre-press Proof**

Colour proof made by exposing film (negatives or positives) to pigmented or dyed, light-sensitive materials; when assembled, it will approximate the finished printed product in appearance. Also, mechanical proof.

**Proof**

Typeset material before it has been arranged into final page. Usually seen in the form of laserprints.

**Register Marks**

Cross-hair lines on mechanicals and film that help keep flats, plates, and printing in register. Also called crossmarks and position marks.

**RGB**

Abbreviation for red, green, blue, the additive colour primaries. Computer screens, television, web, and slide images are configured as RGB.

**Resolution**

Fidelity of reproduction, depending on number of dots per inch. High resolution (with more and smaller dots) is finer and more precise than low resolution, which yields coarser and rougher-edge results.

**Sheet-fed**

Printing done on press that prints on paper in sheet form.

**TIFF (Tagged Image File Format)**

A format for storing data. It is the standard format for scanned images and for exporting grey-scale and colour images to other programs. Images saved in this format can only be viewed in certain applications.

**Thumbnails**

Initial and rough drawings are jotted on sketch pads as initial concepts of future projects.

**Web Press**

Press that prints from rolls of paper, usually cutting it into sheets after printing. Also called reel-fed press.



## ■ 10.1 | Contacts

For additional information concerning the usage, placement and application of the corporate identity, please contact one of the following:

### **Chief, Design and Production**

Communications Branch

Public Works and Government Services Canada

Hull, QC K1A 0S5

(819) 956-2335

Fax: (819) 956-0573

E-mail: [NRC.Gatekeeper@pwgsc.gc.ca](mailto:NRC.Gatekeeper@pwgsc.gc.ca)

### **Regional Directors of Communications**

Atlantic (902) 496-5475

Quebec (514) 496-3743

Ontario (416) 512-5710

Western (780) 497-3563

Pacific (604) 775-6870

### **Communications Account Executives**

Audit and Review .....	(819) 956-2322
Communications Coordination Services .....	(819) 956-9201
Corporate Implementation Group .....	(819) 956-2322
Government Operational Service .....	(819) 956-9201
Government Telecommunications and Informatics Services .....	(819) 956-2307
Human Resources .....	(819) 956-2309
Real Property Services .....	(819) 956-5798
Supply Operations Service .....	(819) 956-9199
Translation Bureau .....	(819) 956-2309
For employees of Consulting and Audit Canada .....	(613) 992-8237

## ■ 10.2 Relevant Policies and Guidelines

### Treasury Board

Treasury Board Manual. Communications Volume, Chapter 1, “Government Communications Policy,” and Chapter 2, “Federal Identity Program.”

#### The Federal Identity Program

[http://publiservice.tbs-sct.gc.ca/Pubs\\_pol/sipubs/TB\\_FIP/CHAP2\\_e.html](http://publiservice.tbs-sct.gc.ca/Pubs_pol/sipubs/TB_FIP/CHAP2_e.html)

#### “Planning Information Products: effective, no-frills publishing practices”

[http://publiservice.tbs-sct.gc.ca/Pubs\\_pol/ciopubs/TB\\_CP/nofrills\\_e.html](http://publiservice.tbs-sct.gc.ca/Pubs_pol/ciopubs/TB_CP/nofrills_e.html)

#### Official Languages Policies

[http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs\\_pol/hrpubs/offlang/siglist\\_e.html](http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/hrpubs/offlang/siglist_e.html)

#### Policy on Using the Official Languages on Electronic Networks

[http://publiservice.tbs-sct.gc.ca/pubs\\_pol/hrpubs/OffLang/uolee.html](http://publiservice.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/hrpubs/OffLang/uolee.html)

#### Common Look and Feel for the Internet

[http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-upe/index\\_e.asp](http://www.cio-dpi.gc.ca/clf-upe/index_e.asp)

### PWGSC

The following are ONLY available on *The Source* at:

<http://source.pwgsc.gc.ca/dmdir/categ-e.html#Communications>

DM Directive 020 – Departmental Communications

DM Directive 031 – Publishing Policy

DM Directive 056 – PWGSC Corporate Identity

DM Directive 062 – PWGSC Management Framework for Communications on the Internet and Intranet

PWGSC Corporate Identity Program – Graphic Standards Manual and Web Publishing Guide

<http://source.pwgsc.gc.ca/guide>

Conseil du Trésor

Manuel du Conseil du Trésor. Volume sur les communications, chapitre 1, « Politique gouvernementale en matière de communication », et chapitre 2, « Programme de coordination de l'image de marque ».

Programme de coordination de l'image de marque  
[http://publisservice.rbs-scr.gc.ca/Pubs-pol/sipubs/TB\\_FTP/CHAP2\\_f.html](http://publisservice.rbs-scr.gc.ca/Pubs-pol/sipubs/TB_FTP/CHAP2_f.html)

« Planification des produits d'information pratiques d'édition efficace, sans superflu »  
[http://publisservice.rbs-scr.gc.ca/pubs-pol/ctiopubs/TB\\_CP/nofrills\\_f.html](http://publisservice.rbs-scr.gc.ca/pubs-pol/ctiopubs/TB_CP/nofrills_f.html)

Langues officielles — Politiques  
[http://www.rbs-scr.gc.ca/pubs-pol/hrpubs/offlang/siglist\\_f.html](http://www.rbs-scr.gc.ca/pubs-pol/hrpubs/offlang/siglist_f.html)

Politique concernant l'utilisation des langues officielles sur les réseaux informatiques  
<http://publisservice.rbs-scr.gc.ca/pubs-pol/hrpubs/OffLang/uolef.html>

Normalisation des sites Internet  
[http://www.ctio-dpi.gc.ca/ctf-upe/index\\_f.asp](http://www.ctio-dpi.gc.ca/ctf-upe/index_f.asp)

TPSGC  
 Les documents suivants sont SEULEMENT accessibles dans *La Source*, à l'adresse suivante :  
<http://source.tpsgc.gc.ca/dmudir/ctateg-f.html#Communications>

Directive du SM 020 — Communications ministérielles

Directive du SM 031 — Politique relative aux publications

Directive du SM 056 — Image de marque de TPSGC

Directive du SM 062 — Cadre de gestion de TPSGC en matière de communications dans Internet et l'intranet  
 Guide de normes graphiques — PCIM de TPSGC et Guide de l'agent de publications électroniques :  
<http://source.tpsgc.gc.ca/guide>

## ■ 10.1 | Personnes-ressources

Pour demander des précisions concernant l'utilisation, la position et l'application de l'image de marque du Ministère, veuillez communiquer avec l'un des conseillers suivants :

**Chef, Conception et production**  
 Direction générale des communications  
 Travaux publics et Services gouvernementaux Canada  
 Hull (QC) K1A 0S5  
 Téléphone : (819) 956-2335  
 Télécopieur : (819) 956-0573  
 Courriel : RCNContrôleur@tps.gc.ca

**Directeurs régionaux des Communications**  
 Atlantique (902) 496-5475  
 Québec (514) 496-3743  
 Ontario (416) 512-5710  
 Ouest (780) 497-3563  
 Pacifique (604) 775-6870

**Relationnistes-conseils des Communications**  
 Bureau de la traduction ..... (819) 956-2309  
 Groupe de la mise en œuvre des initiatives ..... (819) 956-2322  
 Ressources humaines ..... (819) 956-2309  
 Service des approvisionnements ..... (819) 956-9199  
 Service opérationnel au gouvernement ..... (819) 956-9201  
 Services de coordination des communications ..... (819) 956-9201  
 Services gouvernementaux  
 de télécommunications et d'informatique ..... (819) 956-2307  
 Services immobiliers ..... (819) 956-5798  
 Vérification et Examen ..... (819) 956-2322  
 Pour les employés de Conseils et Vérification Canada ..... (613) 992-8237



**JPEG** (Joint Photographic Experts Group)  
Se dit d'un fichier condensé, habituellement une photographie, qui réduit le nombre de données requises pour l'affichage d'une image-point polychrome. On utilise couramment cette norme de référence pour voir des images transmises par courriel et Internet. La qualité des images sauvegardées dans ce format diminue de beaucoup.

**Maquette soignée**  
Maquette détaillée démontrant l'apparence et la mise en page du travail à imprimer, y compris l'emplacement exact du texte et des illustrations dans la page.

**Nuancier Pantone**  
Système normalisé de l'encre et d'échantillon-nage de la couleur, largement utilisé dans l'industrie de l'imprimerie. Chaque couleur est un mélange d'encre standard utilisées dans des combinaisons variées.

**Police de caractères**  
Assortiment complet des caractères (majuscules, minuscules, chiffres, signes de ponctuation et symboles divers) de même dimension et de même style.

**Presse à feuilles**  
Presse alimentée de papier en feuilles au lieu de papier en bobines.

**Presse rotative**  
Presse qui imprime à partir de rouleaux de papier, qu'elle coupe habituellement en feuilles après l'impression. On l'appelle aussi presse à bobines.

**Prêt à photographier**  
Qualité les pages terminées prêtes à être photographiées par l'imprimeur, par exemple un montage sur support par collage ou une maquette de montage qui combine tous les éléments collés en place. (Dans la pratique, les maquettes de montage sont considérées comme étant « prêtes à photographier » même si les similis doivent être séparément).

**Tracé miniaturisé**  
Premières esquisses rudimentaires tracées sur une tablette à croquis, ce sont les concepts initiaux de projets à venir.

**Programme de coordination de l'image de marque (PCIM)**  
Composé d'un drapeau, du nom du ministère dans les deux langues officielles et du mot-symbole Canada, l'image de marque permet au public de reconnaître facilement les activités fédérales à l'aide d'une identification uniforme. Elle permet aussi d'améliorer le service à la population en lui facilitant l'accès aux programmes et services fédéraux, de projeter l'égalité de statut des deux langues officielles, conformément à la Charte canadienne des droits et libertés et à la *Loi sur les langues officielles*, d'assurer une gestion efficace de l'image de marque conforme aux priorités établies à l'échelle de l'administration fédérale, de réaliser des économies grâce à la normalisation et de promouvoir des pratiques de saine gestion en matière d'image de marque et de conception de l'information.

**Repères**  
Marques généralement en forme de croix sur les maquettes des montages, clichés et tirages. On les appelle aussi repères en croix.

**Résolution**  
Fidélité de reproduction, selon le nombre de points par pouce. Une haute résolution (caractérisée par un plus grand nombre de points plus petits) est meilleure et plus précise qu'une basse résolution, qui donne des résultats moins précis et aux lignes moins bien définies.

**RVB**  
Abréviation de rouge, vert, bleu, les trois couleurs fondamentales de la synthèse additive. Les images affichées sur les écrans d'ordinateur et de télé, sur le Web, ainsi que sur les diapositives, sont configurées selon le modèle RVB.

**Simili-gravure de deux tons**  
Terme qui désigne une reproduction en deux couleurs à partir d'une photographie monochrome (gamme de gris).

**CMYK**  
Abbréviation pour cyan, magenta, jaune et noir (cyan, magenta, yellow et key [pour black] en anglais), qui sont les quatre couleurs d'encre utilisées en imprimerie.

**Corrections d'auteur**  
Corrections et modifications facturables demandées par l'auteur ou le client et apportées au texte à l'étape des épreuves. Toutes les corrections doivent être indiquées au stylo, à l'encre rouge, jamais à la mine. Les corrections d'auteur coûtent cher et il est préférable d'en faire le moins possible.

**Cromalin**  
Voir épreuve en première.

**Éléments créatifs**  
Éléments tels le titre du document, les images visuelles, le texte particulier, les photos, les dessins au trait et les graphiques. Le traitement de ces éléments dépend du genre de produit et de l'auditoire auquel il s'adresse.

**Épreuve**  
Matériel composé avant qu'il soit disposé en page définitive. On le trouve généralement sous forme de copies laser.

**Épreuve concordante**  
Forme de système de tirage d'épreuves couleur.

**Épreuve couleur**  
Copie papier, en couleur, qui permet de vérifier la superposition et le repérage des couleurs avant le tirage définitif.

**Épreuve en première**  
Épreuve couleur obtenue en exposant un film (négatif ou positif) à des matériaux photographiques pigmentés ou teints. Une fois assemblée, elle sera scannable au produit imprimé fini. Désigne aussi une épreuve obtenue mécaniquement.

**Format**  
Apparence et forme générales d'une page (centre autres les marges, les caractères, les colonnes et la grille de mise en page), ainsi que les directives pour la reproduction.

**Format d'échange graphique (GIF) (Graphics Interchange Format)**  
Graphie en mode point ou infographie par quadrillage, limitée à 256 couleurs. On l'utilise couramment pour les pages Web.

**Format d'étiquette de fichier vidéo (TIFF) (Tagged Image File Format)**  
Format de stockage des données. Il s'agit du format standard pour les images balayées et pour l'exportation des images couleur et à niveaux de gris vers d'autres programmes. Les images sauvegardées dans ce format ne peuvent être visualisées qu'à l'aide de certaines applications.

**Format EPS (Encapsulated Postscript)**  
Format de fichiers habituellement utilisé pour transférer de l'information en langage Postscript d'un programme à un autre. Ce format de fichiers peut être sauvegardé dans n'importe quelle résolution, mais ne peut être manipulé comme tel.

**Format PDF (Portable Document Format)**  
Format de fichier de documents créés et visualisés à l'aide du logiciel Adobe Acrobat, élaboré comme forme normalisée pour les documents Interact. Ce format a l'avantage d'être multiplateforme (les ordinateurs peuvent le voir sur tous leurs systèmes d'exploitation) à condition qu'Acrobat Reader soit installé; de plus, tous les graphiques, le formatage et la mise en page sont fidèlement conservés.

**Gaufrage**  
Impression d'une image en relief afin d'obtenir une surface en saillie, sur du papier imprimé ou non (dans ce dernier cas, on l'appelle gaufrage à sec).

**Graphisme**  
Illustration ou autre élément (y compris les caractères) utilisé dans une page.

**Identificateur ministériel**  
Éléments obligatoires de TPSSGC destinés aux auditoires internes.

**Illustration à fond perdu**  
Illustration qui arrive jusqu'au bord du papier, empiétant sur les blancs de marge.

**Image de marque du Ministère**  
Éléments obligatoires de TPSSGC destinés aux auditoires externes, qui englobent le grand public et les autres ministères et organismes gouvernementaux.

**Image en simili**  
Photographie ou autre similitravure originale qu'on peut imprimer en la transformant en une variété de petits points dont la grosseur reproduit la clarté ou l'obscurité de l'original.

## Numéro normalisé international du livre (ISBN)

Le numéro normalisé international du livre (ISBN) est un système d'identification numérique des livres, dépliants, pochettes éducatives, microformats, cédéroms et publications en braille. En attribuant à chaque titre publié un numéro unique de dix chiffres, le système fournit à ce titre une « identité » propre, sans double compte et reconnue à l'échelle mondiale. Les maisons d'édition, les librairies, les bibliothèques et les autres participants à l'industrie du livre utilisent le système ISBN pour identifier les publications afin d'accélérer la manutention et l'extraction. Un tel système permet d'exécuter de façon efficace la passation de commandes, le contrôle des stocks et la comptabilité.

### Pour obtenir un numéro ISBN, communiquez avec :

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada  
Direction générale des services de coordination des communications

Téléphone : (613) 993-1695  
Télécopieur : (613) 941-2410

Courriel : dsp-psd@tpsgc.gc.ca

Formulaire de demande de ISBN en direct : <http://dsp-psd.tpsgc.gc.ca/ISBN/services-f.html>

## Numéro international normalisé des publications en série (ISSN)

Le numéro international normalisé des publications en série (ISSN) est un code unique d'identification des publications en série, notamment les journaux, les annuaires et les collections monographiques. Il fournit un moyen de communication efficace et économique entre les éditeurs et les fournisseurs.

### Pour obtenir un numéro ISSN, communiquez avec :

ISSN Canada

Téléphone : (819) 994-6895

Télécopieur : (819) 997-6209

Courriel : issn@nlc-bnc.ca

## Droit d'auteur

Pour protéger le droit d'auteur de la Couronne, chaque publication devrait contenir un avis de droit d'auteur, comme suit :  
© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux (année de publication).

## Exemple :

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux (2001).  
N° de cat. : P35-126/2000  
ISBN : 0-662-65300-9

7.1 Conseils pratiques relatifs aux photos

- Balayez les photos plus petites que 5 po sur 7 po à 200 p. 100 de leur format initial ou plus; Balayez les photos à 300 ppp (points par pouce) au format définitif de reproduction pour obtenir les meilleurs résultats d'impression offset possibles;
- Sauvegardez les photos dans un fichier JPEG (standard de compression qui permet de condenser de grandes images couleur pour pouvoir les envoyer plus rapidement et plus efficacement par courrier électronique).

7.2 Conseils pratiques relatifs à l'impression

- Lorsque vous préparez des fichiers électroniques pour l'impression, veuillez tenir compte des recommandations suivantes :
1. L'industrie de l'édition se sert exclusivement de Postscript<sup>MC</sup>. Assurez-vous de choisir un pilote d'impression Postscript (Linotron<sup>ic</sup> 330 de préférence) lorsque vous faites le formatage de vos documents. De cette façon, lorsque les fichiers sont ouverts à l'imprimerie et envoyés à une imprimante laser ou à une composeuse, ils garderont leur apparence et leur intégrité de conception.
  2. Assurez-vous de fournir les copies laser couleur et les épreuves séparément. L'imprimeur comparera ses épreuves internes avec la copie papier que vous lui aurez fournie pour s'assurer que les coupures de ligne et les sauts de page sont conformes, que les images sont correctement intégrées, que l'ordre des pages est correct et qu'on a tenu compte des bordures et des illustrations à fond perdu. Veillez à ne fournir que les fichiers requis.
  3. La plupart des applications logicielles pour PC (p. ex. WordPerfect<sup>MC</sup>, Microsoft Word<sup>MC</sup> et Microsoft Publisher<sup>MC</sup>) utilisent un affichage RVB (rouge, vert, bleu) SEULEMENT. Les profils couleur RVB n'envoieront PAS de film de sélection de couleurs à la composeuse. En règle générale, il ne faut jamais définir les couleurs selon le modèle RVB lorsqu'elles sont destinées à une presse à imprimer. Si vous voulez de la couleur dans vos documents, assurez-vous de travailler dans une application logicielle qui permet un traitement polychrome (entre autres QuarkXPress<sup>MC</sup>, InDesign<sup>MC</sup>, Illustrator<sup>MC</sup>, Pagemaker<sup>MC</sup>, CorelDRAW<sup>MC</sup>), puis spécifiez les couleurs désirées, en identifiant les couleurs d'accompagnement par le nom du produit (comme Pantone<sup>MC</sup>) ou encore en indiquant le traitement voulu (il faudra alors préciser les pourcentages CMYK).

4. Assurez-vous que toutes les polices de caractères utilisées dans vos documents sont jointes. L'omission de certaines polices pourrait se traduire par un texte incohérent ou encore des substitutions de polices non désirées. Ne mélangez pas des polices TrueType<sup>MC</sup> et Adobe<sup>MC</sup> de type 1 dans un même document, car un tel mélange crée des problèmes au moment de l'envoi à une composeuse. Pour les polices de caractères Adobe<sup>MC</sup> de type 1, assurez-vous d'inclure les polices d'écran et d'imprimante, de même que toutes celles qui sont incluses dans les fichiers de soutien.
5. Accompagnez toujours vos fichiers pour positionnement seulement (PPS) d'images à haute résolution (266 ppp ou plus) en vue de la mise en forme définitive. Une basse résolution (72 ppp ou moins) n'est pas suffisante pour procéder à l'impression. Les résolutions minimum suggérées sont les suivantes :

PPS 72 ppp	133 lignes — non enduit
266 ppp	150 lignes — enduit
300 ppp	

**Remarque :** Il est important de balayer les images en respectant le plus possible le format dans lequel elles seront reproduites (+ ou - 20 p. 100). Ainsi, une image de 4 po sur 5 po balayée à 300 ppp puis agrandie à 200 p. cent dans le document maintenant une résolution de 150 ppp — plus on agrandit une image, moins la reproduction est bonne.

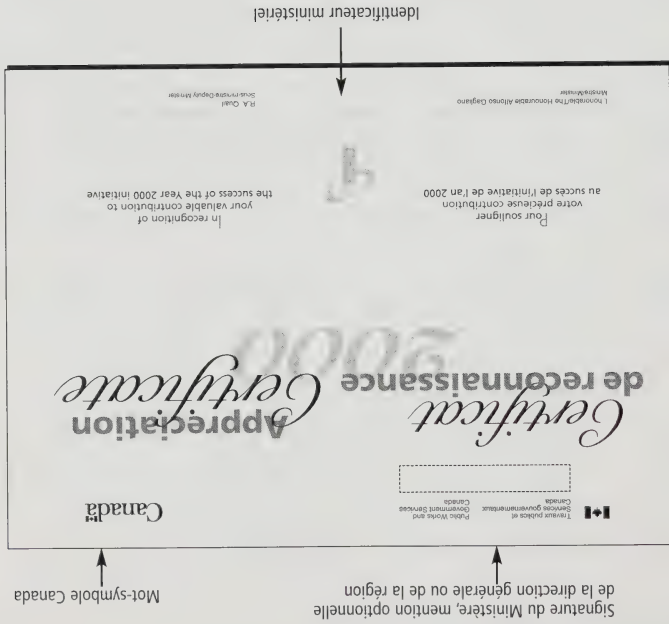


Établi à partir d'un dépliant à trois panneaux imprimé en deux couleurs.

Étape	Résultats attendus	Délai d'exécution (en jours)
N° 1	Réunion de production	1 1/2
N° 2	Définition de la portée des travaux	1
N° 3	Elaboration du plan de diffusion	1/2
N° 4	Etablissement du calendrier de production	1/2
N° 5	Elaboration des concepts	3 à 5
N° 6	Approbation des concepts	2
N° 7	Version anglaise définitive	À déterminer*
N° 8	Traduction	5 à 10
N° 9	Plan des pages intérieures	—
	• Première épreuve en anglais	3 à 5
	• Approbation	À déterminer*
	• Deuxième épreuve en anglais	3 à 5
	• Approbation	À déterminer*
	• Première épreuve en français	3 à 5
	• Approbation	À déterminer*
	• Deuxième épreuve en français	3 à 5
N° 10	Approbations définitives	À déterminer*
N° 11	Parachèvement des fichiers électroniques	2
N° 12	Impression	5 à 10
N° 13	Vérification de tous les bleus et épreuves couleur laminées	2 à 5
N° 14	Diffusion	2 à 3
N° 15	Total (* à l'exclusion des approbations)	36 1/2 à 60 1/2

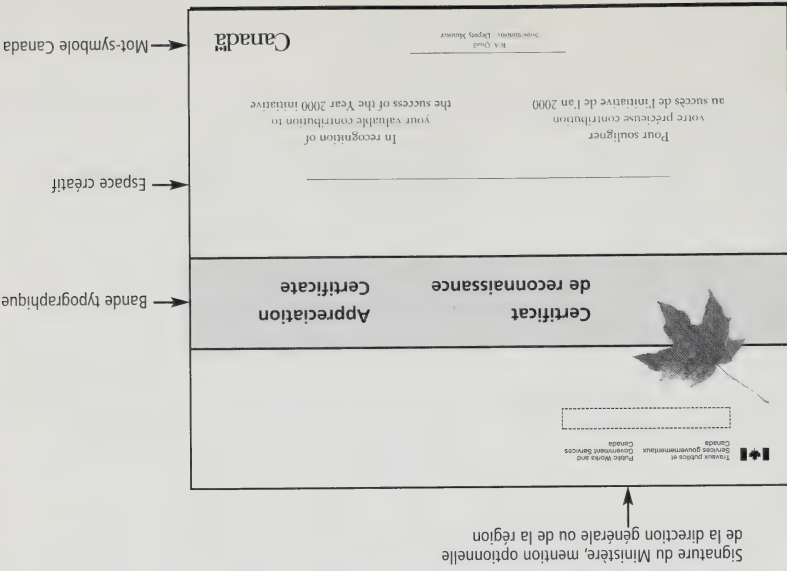
## Usage interne

FIGURE 23 – (FORMAT : 11 PO SUR 8,5 PO)



## Usage externe

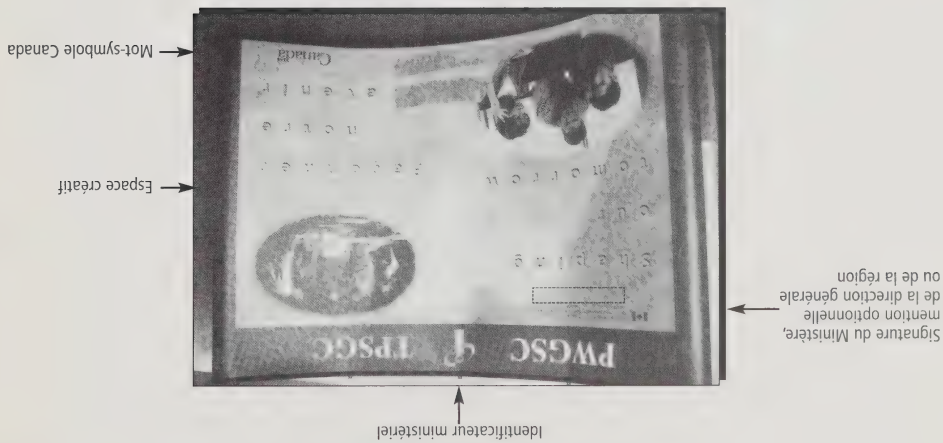
FIGURE 24 – (FORMAT : 17 PO SUR 11 PO)



## ■ 5.7 Stands et activités spéciales

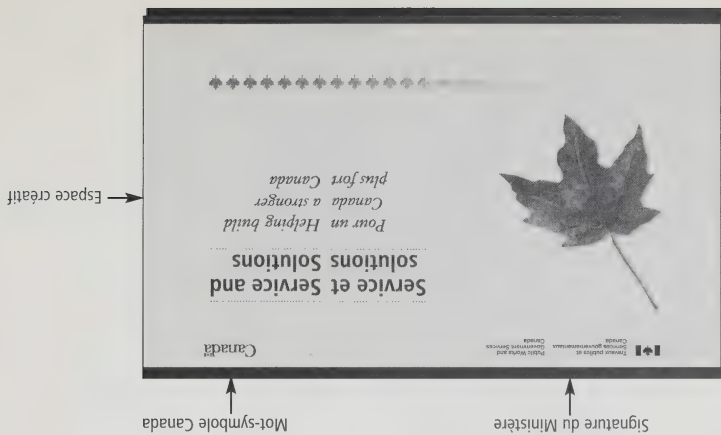
### Usage interne

FIGURE 21 – (FORMAT : 8 PO SUR 10 PO)



### Usage externe

FIGURE 22 – (FORMAT : 8 PO SUR 10 PO)



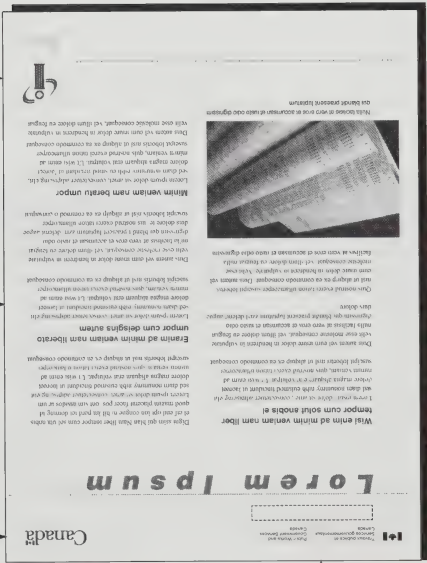
## ■ 5.6 Fiches de renseignements

### Usage interne

FIGURE 19 – (FORMAT : 8,5 PO SUR 11 PO)

Signature du Ministère, mention optionnelle  
de la direction générale ou de la région

→ Mot-symbole Canada

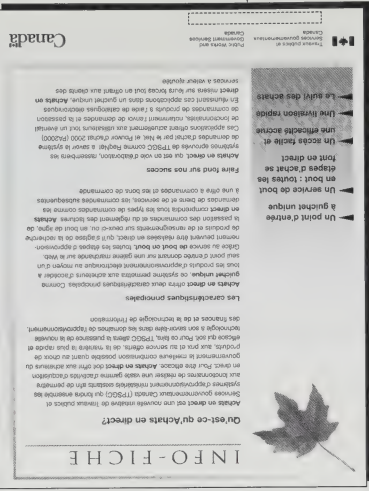


→ Espace créatif

→ Identificateur ministériel

### Usage externe

FIGURE 20 – (FORMAT : 8,5 PO SUR 11 PO)

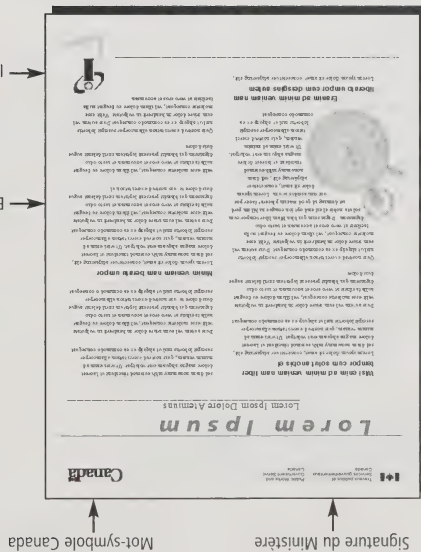


→ Espace créatif

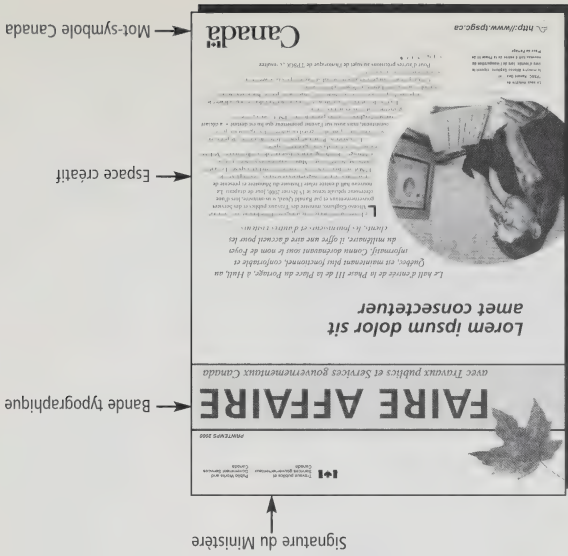
→ Mot-symbole Canada

Signature du Ministère, mention optionnelle  
de la direction générale ou de la région

Usage interne  
FIGURE 17 – (FORMAT : 8,5 PO SUR 11 PO)



Usage externe  
FIGURE 18 – (FORMAT : 8,5 PO SUR 11 PO)

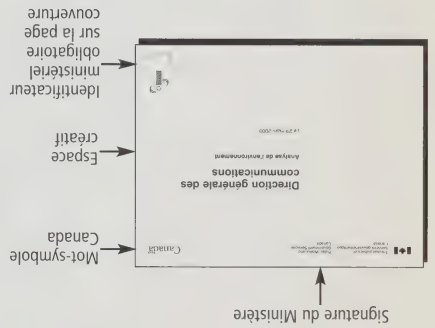




Usage interne

FIGURE 15

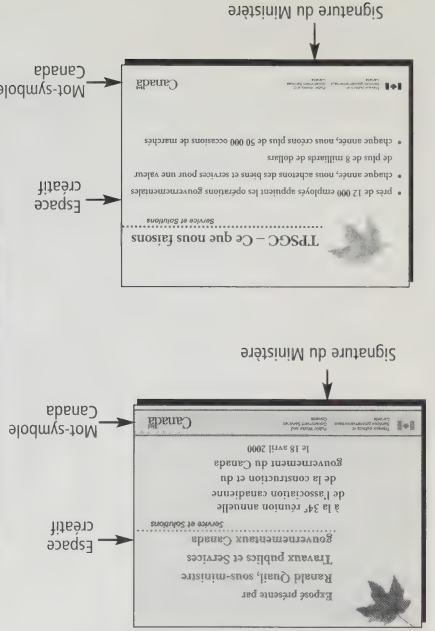
PAGE COUVERTURE (FORMAT : 11 PO SUR 8,5 PO)



Usage externe

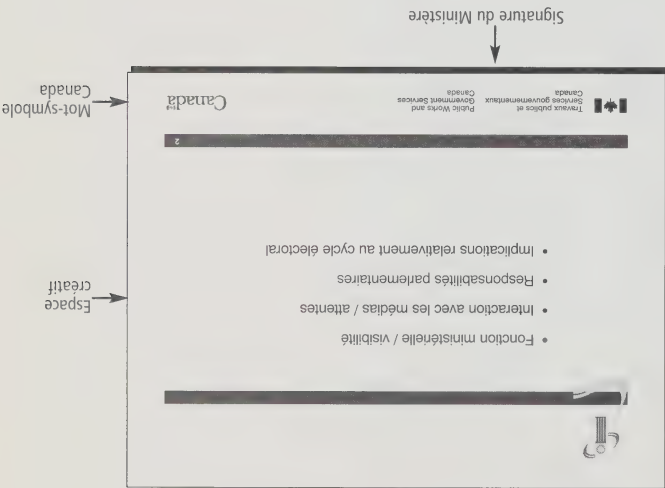
FIGURE 16

PAGE COUVERTURE (FORMAT : 11 PO SUR 8,5 PO)

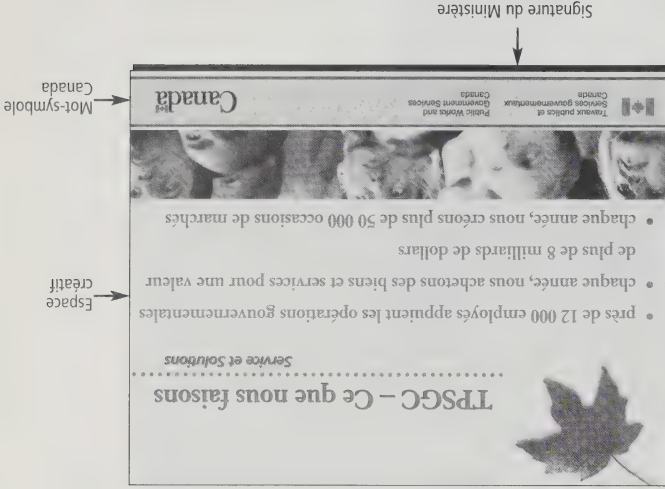


PAGES INTÉRIEURES (FORMAT : 11 PO SUR 8,5 PO)

Identificateur ministériel optionnel



PAGES INTÉRIEURES (FORMAT : 11 PO SUR 8,5 PO)



5.3.1 Page Web externe – Plan d'ensemble de la page

En application de l'initiative portant sur la normalisation des sites Internet, toutes les pages Web du gouvernement du Canada doivent inclure la barre de menus commune ainsi qu'une barre de menus propre au Ministère. Pour de plus amples renseignements, consultez le *Guide de l'agent de publications électroniques*.

La barre de menus commune du gouvernement du Canada inclut les éléments suivants :

- Langue (français ou anglais)
- Contactez-nous
- Aide
- Recherche
- Site du Canada

La barre de menus propre à TPSCG inclut les éléments suivants :

- Canadiens
- Entreprises
- Gouvernement
- Infocentre
- Index A-Z
- Accueil de TPSCG
- Le ministre

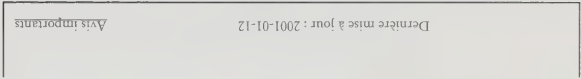
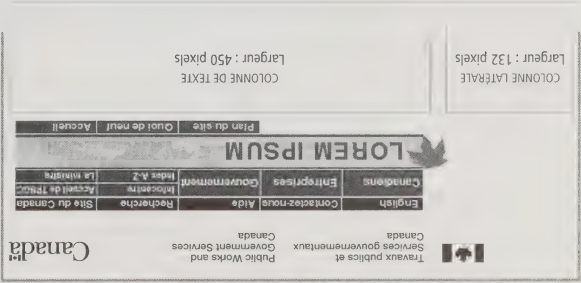
L'image de marque de TPSCG doit aussi être incluse (voir la section 2.3).

Pied de page du document

Chaque page Web doit porter une date rendus à la fin d'une page et aussi pour indiquer l'actualité du contenu. Selon la norme ISO relativement à l'affichage numérique, la date s'inscrit de la façon suivante : AAAA-MM-JJ.

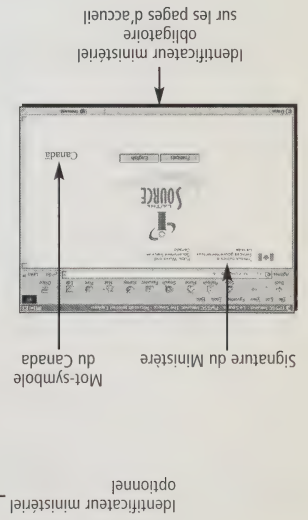
Le pied de page inclut les éléments suivants :

Dernière mise à jour : AAAA-MM-JJ  
Avis importants



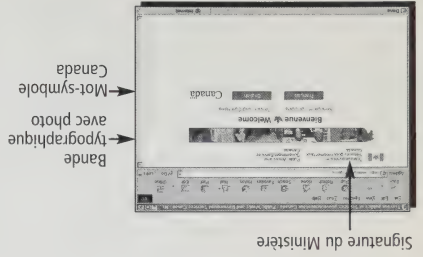
## Usage interne

FIGURE 13

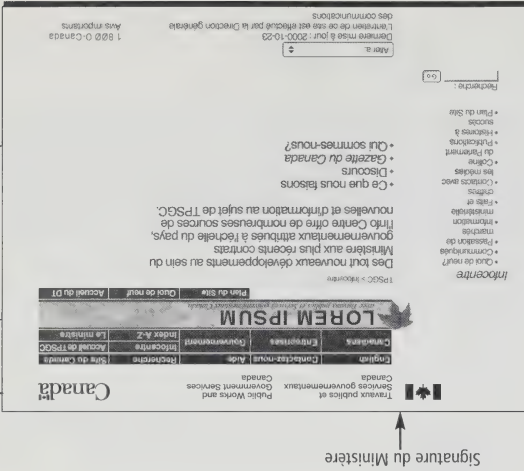


## Usage externe

FIGURE 14



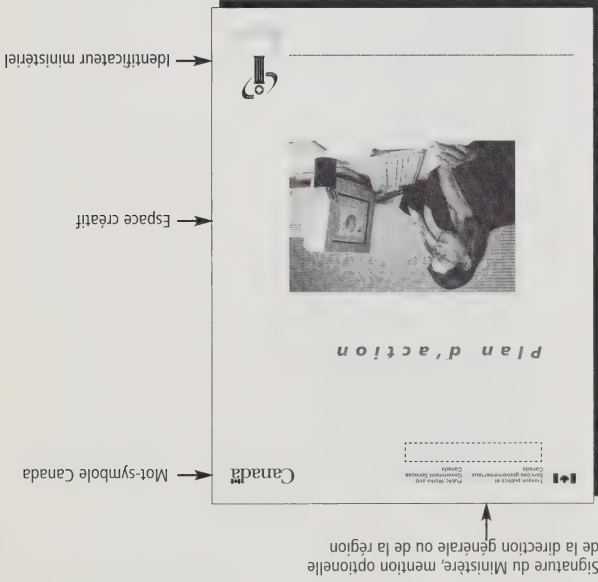
Remarque : Pour de plus amples renseignements, consultez le *Guide de publication* sur le Web.



## ■ 5.2 Couvertures de publications

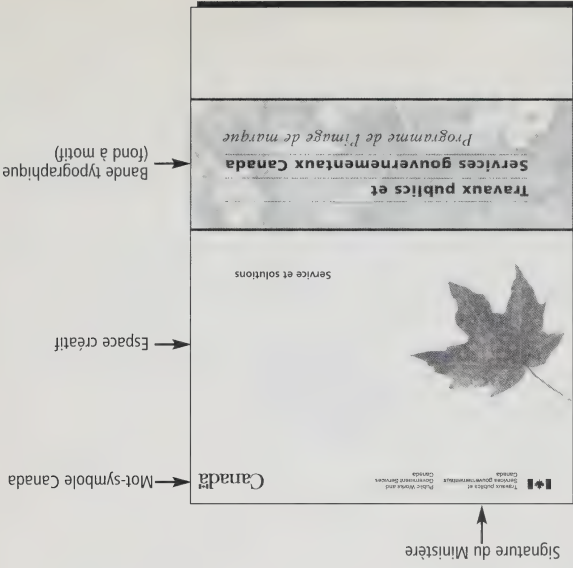
### Usage interne

FIGURE 11 – (FORMAT : 8,5 PO X 11 PO)



### Usage externe

FIGURE 12 – (FORMAT : 8,5 PO X 11 PO)



## ■ 5.1 Dépliants

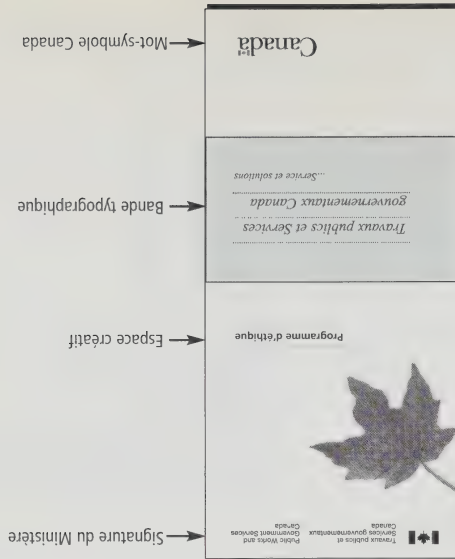
### Usage interne

Figure 9 – (FORMAT : 4 PO X 9 PO)



### Usage externe

Figure 10 – (FORMAT : 4 PO X 9 PO)





La présente section énumère les cas où les composantes internes ou externes peuvent être utilisées ou non. Veuillez prendre note que la liste des applications peut être modifiée ultérieurement. Des mises à jour périodiques seront publiées au besoin.

#### ■ 4.1 Applications admissibles : internes (avec identificateur ministériel)

Destinés à tous les auditoires internes, les produits de communication suivants sont assujettis à l'application du PCIM de TPSCG :

- l'intranet;
- les imprimés réservés exclusivement à l'usage interne (bulletins, dépliants, périodiques, livres, brochures, affiches et reliures à feuilles mobiles à l'intention des employés);
- la documentation audiovisuelle et les expositions réservées exclusivement à l'usage interne (activités, bandes vidéo, cédéroms, transparents, exposés informatifs et stands pour les employés);
- les certificats à l'intention des employés;
- les articles promotionnels (t-shirts, tasses, épinglettes, tapis de souris, stylos et chapeaux).

#### ■ 4.2 Applications admissibles : externes (avec image de marque)

Destinés à tous les auditoires externes, notamment au grand public et aux autres ministères et organismes gouvernementaux, les produits de communication suivants sont assujettis à l'application du PCIM de TPSCG :

- L'Internet et les extraits;
- les imprimés diffusés à l'externe exclusivement (dépliants, affiches, périodiques, livres et brochures);
- les documents audiovisuels et les expositions destinés aux salons professionnels, les exposés et d'autres activités externes (films, bandes vidéo, cédéroms, transparents, expositions informatives et stands);
- les certificats et les prix;
- les articles promotionnels (t-shirts, tasses, épinglettes, stylos et chapeaux).

#### ■ 4.3 Applications inadmissibles : internes et externes

Pour les applications suivantes, seuls les éléments du PCIM doivent être utilisés, c'est-à-dire le mot-symbole Canada et la signature du Ministère sur trois lignes. L'identificateur ministériel (réservé à l'interne) et l'image de marque (réservée à l'externe) ne doivent jamais figurer sur les documents suivants :

- les articles de papeterie (papier à lettre avec en-tête, enveloppes, blocs-notes, cartes de visite et cartes d'accompagnement);
- les formulaires (chèques et documents annexés aux chèques du gouvernement, contrats et documents juridiques);
- les éléments d'identification du personnel (cartes d'identité, casques de protection et uniformes);
- la publicité officielle (publicité imprimée et télévisée, publicité extérieure et annonces payées et messages d'intérêt public, avis publics);
- la plupart des invitations ministérielles ou officielles;
- les communiqués et autres produits de relations avec les médias;
- les emballages et étiquettes;
- le marquage des véhicules motorisés;
- l'identification de l'équipement (véhicules tout-terrain, petites embarcations et équipement de construction et d'entretien);
- la signalisation (panneaux de signalisation avancée, panneaux d'identification principaux, tableaux répertoires, panneaux fonctionnels et d'usage courant, panneaux de projet);
- les plaques commémoratives nommant officiellement une structure du gouvernement du Canada.

**Remarque :** Pour les troussees de renseignements, il est recommandé d'utiliser les chemises du gouvernement du Canada. Numéro de référence : 6C 224 (92106) 7540-21-909-1812 (1-888-562-5561).

Il faut s'assurer que les deux langues officielles ont la même importance visuelle en utilisant pour chacune d'elles des couleurs, un style ainsi qu'une taille et une épaisseur de caractères identiques.

Conformément au PCIM, la signature ministérielle de TPSCC est présentée en format bilingue côte-à-côte. La langue de l'auditoire auquel le produit s'adresse et la zone géographique de sa diffusion permettent de savoir si le français ou l'anglais doit figurer en premier, dans le sens de lecture de gauche à droite.

On encourage les utilisateurs à consulter les lignes directrices du gouvernement fédéral (dont il est question à la section 10.2) pour connaître la marche à suivre quant à l'utilisation obligatoire des langues officielles dans les supports imprimés et électroniques. Pour des précisions sur la conception et la position du texte bilingue dans certaines applications, veuillez consulter l'un des conseillers en communications mentionnés à la section 10.1.

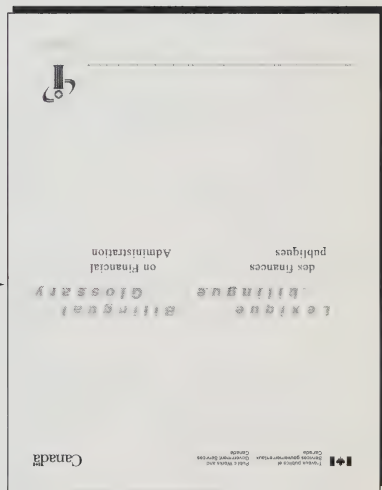


FIGURE 8A – USAGE INTERNE

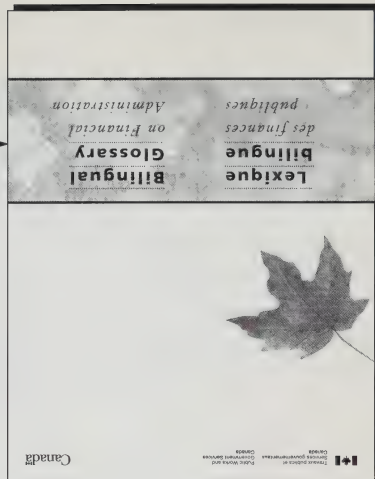


FIGURE 8B – USAGE EXTERNE

2.3.2 Description des polices de caractères et de la typographie externes

Les deux caractères standard réservés à l'usage externe sont Granjon et Fruiger.

On doit toujours demander conseil en ce qui concerne la substitution de ces caractères, dans les cas où ils ne sont pas disponibles, ou encore, pour certaines applications électroniques, dans le cas où une autre police de caractères serait plus facile à lire. Veuillez consulter la liste des principales personnes-ressources à la section 10.1.

Exemples de caractères Granjon

Granjon romain :  
Granjon gras :

Service et solutions  
Services et solutions

Exemples de caractères Fruiger :

Fruiger maigre :

Fruiger maigre réduit :

Fruiger romain :

Fruiger romain réduit :

Fruiger gras :

Fruiger gras réduit :

Fruiger noir :

Fruiger noir réduit :

Fruiger extra-noir réduit :

Fruiger ultra-noir :

(Remarque : Toutes ces polices de caractères existent aussi en italique. Si vous ne pouvez les utiliser, veuillez les remplacer par les polices de caractères Times ou Arial.)

2.3.3 Couleur

Même si certains produits de communication externes sont imprimés en quatre couleurs, on peut aussi utiliser deux couleurs : le noir et une couleur du nuancier Pantone. La couleur Pantone recommandée est le numéro 1595 (orange). Les deux tons de la feuille d'étrable sont particulièrement plaisants et créent un effet trois couleurs. Le style du motif est aussi très percutant si on utilise une seule couleur. Les couleurs utilisées dans une similitravure deux tons sont le noir et la couleur Pantone 1595. Ces deux couleurs sont fixées selon une courbe deux tons particulière.

La prise de l'encre pour le noir est la suivante :

0 : 0 %  
5 : 0 %  
50 : 16,9 %  
60 : 22,5 %  
100 : 81,9 %

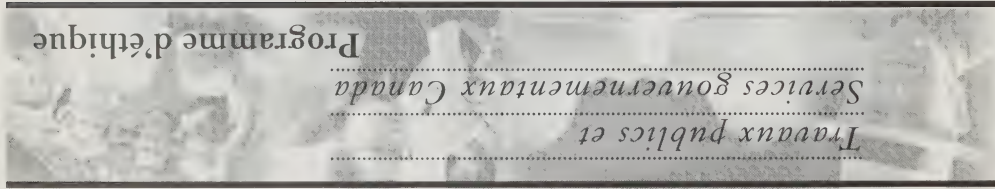
La prise de l'encre pour la couleur Pantone 1595 est la suivante :

0 : 3,8 %  
20 : 35 %  
50 : 37,5 %  
60 : 39,4 %  
80 : 74,4 %  
95 : 98,1 %  
100 : 100 %

En plus de relier entre eux divers éléments, la bande typographique peut servir d'« espace créatif ». Selon l'usage qu'on fera du produit de communication, la photographie, le collage et le fond de couleur utilisés pour la bande typographique peuvent varier.

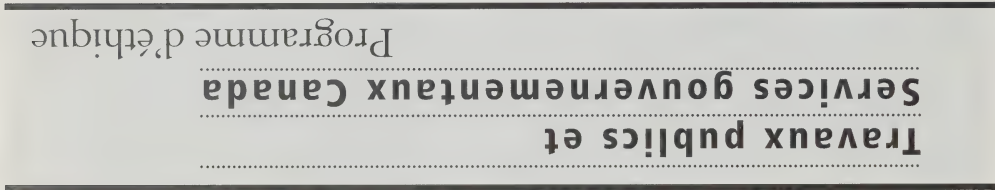
**FIGURE 7A**

Dans l'exemple suivant, le fond est un collage de différentes personnes. Assurez-vous que la valeur de la trame n'est jamais supérieure à 40 p. 100 d'une couleur, lorsqu'il y a superposition de texte. Le texte doit toujours être lisible.



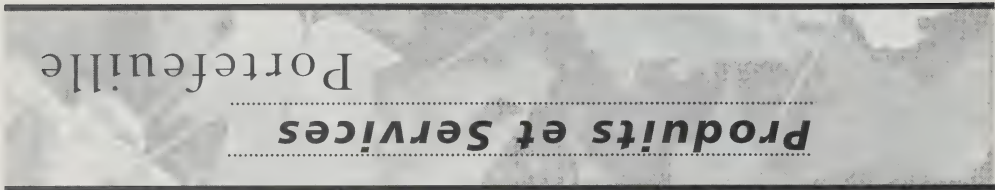
**FIGURE 7B**

Dans le fond suivant, la valeur de la trame est de 15 p. 100 d'une couleur.



**FIGURE 7C**

Ce fond-ci comporte un motif. Encore une fois, assurez-vous que la valeur de la trame n'excède jamais 40 p. 100 d'une couleur, lorsqu'il y a superposition de texte. Le texte doit toujours être lisible.



## ■ 2.3 Composantes externes

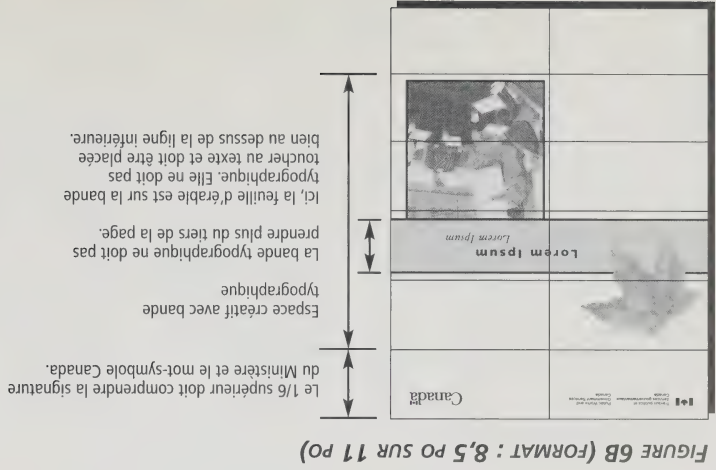
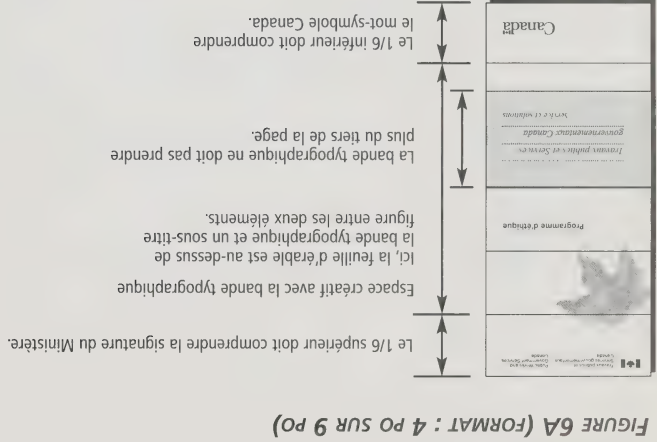
En plus des éléments graphiques courants mentionnés à la section 2.1, les normes graphiques relatives aux documents externes comprennent les composantes de base de l'image de marque suivantes :

- Feuille d'érable
- Bande typographique rectangulaire
- Polices de caractères et typographie particulières
- Couleur

### 2.3.1 Description de l'image de marque externe

Un lien spatial relie entre elles les composantes de l'image de marque externe. Leur format et leur proportion les unes par rapport aux autres font aussi partie de l'aspect global. La feuille d'érable peut être utilisée seule ou combinée avec la bande typographique, mais sa tige doit toujours pointer vers le haut. Lorsque la feuille d'érable et la bande typographique sont utilisées, elles doivent se trouver à proximité l'une de l'autre, et il faut garder à l'esprit les proportions du produit.

Voici quelques exemples de combinaison de la feuille d'érable et de la bande typographique.





## 2.2.2 Description des polices de caractères et de la typographie internes

Les deux caractères standard réservés à l'usage interne sont Times et Helvetica.

Ce choix a été fait pour deux raisons. Premièrement, les caractères Times et Helvetica sont bien connus et sont largement utilisés dans les secteurs du graphisme et de l'édition, en raison de leur lisibilité. Deuxièmement, ils sont facilement accessibles aux utilisateurs du Ministère, malgré les différences qu'on peut relever dans les plates-formes informatiques et les fonctions de logiciels parmi les directions générales et les régions.

En ce qui concerne la substitution de ces caractères, dans les rares cas où ils ne sont pas disponibles, ou encore, pour certaines applications électroniques, il faut demander conseil pour savoir si une autre police serait plus facile à lire. Veuillez consulter la liste des principales personnes-ressources à la section 10.1.

### Exemples de caractères Times

Times romain :

Une équipe multitalentueuse

Times gras :

Une équipe multitalentueuse

### Exemples de caractères Helvetica

Helvetica maigre :

Une équipe multitalentueuse

Helvetica romain :

Une équipe multitalentueuse

Helvetica gras :

Une équipe multitalentueuse

**(Remarque :** Toutes ces polices de caractères existent aussi en italique. Si vous ne pouvez utiliser la police de caractères Helvetica, veuillez la remplacer par la police de caractères Arial.)

## 2.2.3 Couleur

Bien qu'il n'y ait pas d'agencement de couleurs particulier pour l'identificateur ministériel interne, il faut utiliser une seule couleur. L'ondulation et la feuille d'érable dans la sphère doivent toujours figurer dans une trame, établie à une valeur comprise entre 5 et 10 p. 100.

Pour les documents imprimés, il faut toujours respecter les lignes directrices établies par *Les pratiques d'édition sans superflu* du gouvernement fédéral lorsqu'on utilise la couleur (voir la section 10.2 du présent guide). Nous recommandons l'utilisation de papier recyclé.

## ■ 2.2 Composantes internes

En plus des éléments graphiques communs mentionnés à la section 2.1, les normes graphiques relatives aux documents internes comprennent les trois composantes de base suivantes :

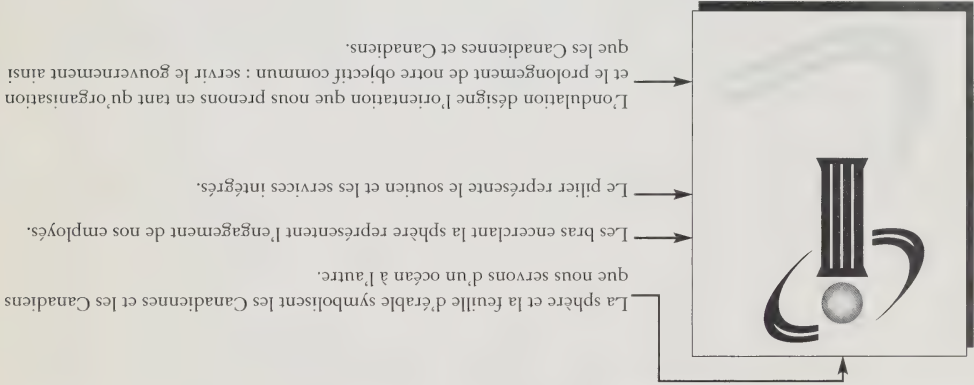
- Identificateur ministériel
- Polices de caractères et typographie particulières
- Couleur

### 2.2.1 Description de l'identificateur ministériel interne

L'identificateur ministériel interne de TFSGC est un élément graphique important. Il est composé d'un pilier, d'une sphère renfermant une feuille d'érable, de deux bras encerclant la sphère et d'une ondulation qui s'éloigne de l'image centrale. Aucun des éléments de l'identificateur ministériel ne peut être enlevé, modifié ou utilisé séparément. L'ondulation doit accompagner l'identificateur en tout temps, sauf si l'espace ne le permet pas, dans le cas d'articles promotionnels comme des épinglettes, par exemple.

Dans l'ensemble, cet identificateur représente graphiquement une personne, qui symbolise à la fois la vigueur et la compétence de nos employés. Or, chacun des éléments constitutifs de cet identificateur revêt également une importance particulière, comme le montre la figure 4.

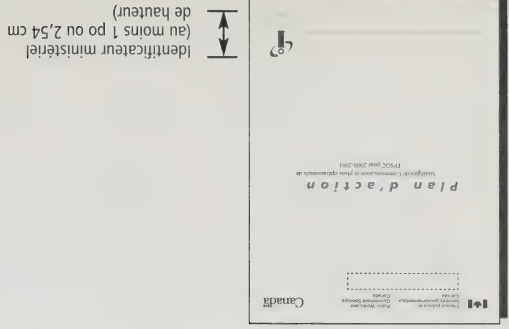
**FIGURE 4 – IDENTIFICATEUR MINISTÉRIEL INTERNE**



L'ondulation doit toujours figurer dans une trame, établie à une valeur comprise entre 5 et 10 p. 100, et doit être conforme à la valeur utilisée pour la feuille d'érable dans la sphère de l'identificateur ministériel.

**Position de l'identificateur ministériel :** l'identificateur ministériel est généralement placé dans le coin inférieur droit, ce qui permet un maximum d'espace créatif.

**FIGURE 5 – IDENTIFICATEUR MINISTÉRIEL INTERNE**

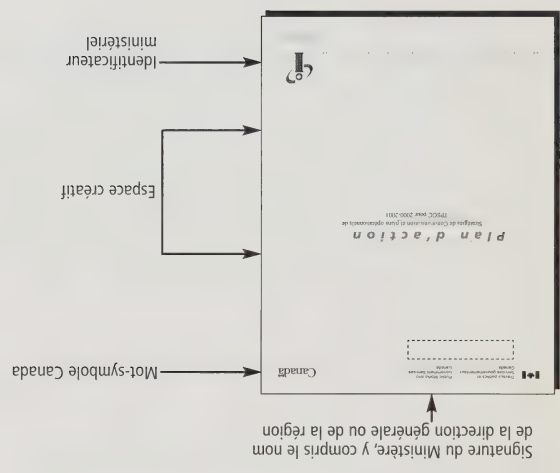


## 2.1.3 Espace créatif

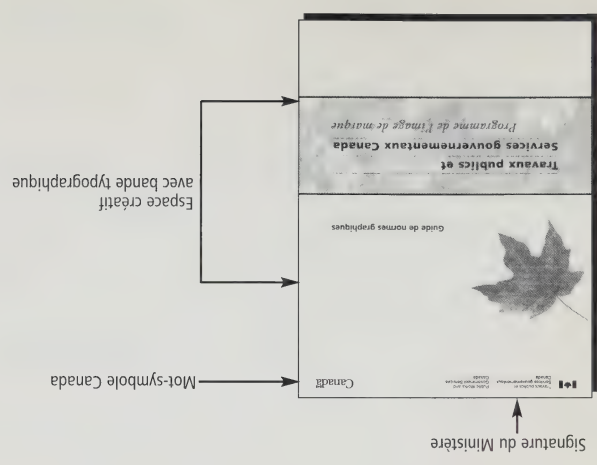
Pour la plupart des applications, il faut utiliser un espace particulier pour adapter le produit de communication à des besoins particuliers et conserver une image ministérielle distincte. Cet espace « créatif » comprend la zone du produit de communication, les dessins au trait ou les graphiques. Les éléments qui occupent cet espace s'appellent les « éléments créatifs ». Le traitement de ces éléments est déterminé par la nature du produit et par le public auquel s'adresse. On retrouve également l'« espace créatif » dans la bande typographique réservée aux applications ministérielles externes (voir la section 2.3.1). Selon l'usage qu'on fera du support de communication, la photographie, le collage et le fond de couleur utilisés pour la bande typographique peuvent varier.

On doit laisser un espace blanc raisonnable pour séparer les éléments créatifs des autres éléments de l'image de marque, qu'il s'agisse d'un document interne ou externe, de façon que, dans l'ensemble, le produit ait un impact visuel clair et percutant.

**FIGURE 3A – USAGE INTERNE**



**FIGURE 3B – USAGE EXTERNE**



Notre programme de coordination de l'image de marque comporte deux approches de présentation graphique. La première vise les applications internes, notamment les rapports, les documents et les exposés destinés aux employés, les bulletins internes, etc. La seconde concerne les applications externes, comme les documents promotionnels, les expositions, les exposés et les forums grand public, par exemple. Il est essentiel que nous gardions une certaine uniformité dans la façon dont nous présentons TPSCGC tant à l'intérieur qu'à l'extérieur, afin de garantir la clarté et l'efficacité du message.

Reconnaissant l'importance de la flexibilité en matière de créativité, nous n'avons épargné aucun effort pour que les programmes visant l'image de marque, tant internes qu'externes, permettent à tous les utilisateurs de concevoir et de créer des documents qui répondent à leurs besoins en matière de communications, tout en véhiculant une image distinctive du Ministère. Pour obtenir des renseignements sur la pertinence d'un produit et d'un style d'application particulier, communiquer avec l'une ou l'autre des personnes-ressources énumérées à la section 10.1.

En résumé, il existe deux approches de base quant à l'image de marque : l'une vise les auditoires internes de TPSCGC (l'identificateur ministériel) et l'autre les destinataires externes (composantes de base de l'image de marque) qui regroupent le grand public ainsi que les autres ministères et organismes gouvernementaux.

## ■ 2.1 Éléments graphiques communs

Les modèles internes et externes ont en commun les éléments suivants :

### 2.1.1 Mot-symbole Canada

Le mot-symbole Canada sert d'identificateur général du gouvernement et constitue le symbole général du PCIM. Il est toujours accompagné de la signature de l'institution fédérale. Il doit être reproduit en caractères Baskerville, quelle que soit la police utilisée ailleurs dans le document, comme l'indique la figure 1.



Figure 1

(pour la plupart des documents imprimés)

### 2.1.2 Signature du Ministère

La signature ministérielle de TPSCGC, disposée sur trois lignes, comprend un drapeau, le nom du Ministère dans les deux langues officielles et, s'il y a lieu, le nom de la direction générale ou de la région sur une ligne distincte. Elle doit être reproduite en caractères Helvetica, quelle que soit la police utilisée ailleurs dans le document, comme l'indiquent les figures 2A et 2B.

Figure 2A – Signature du Ministère sur trois lignes

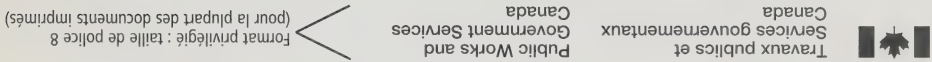
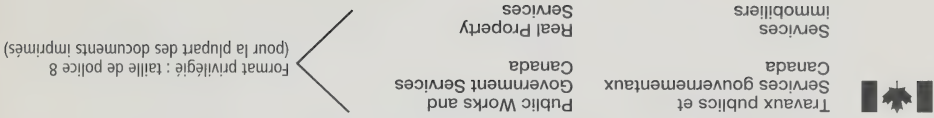


Figure 2B – Signature avec mention de la direction générale ou de la région



Le *Guide de normes graphiques* aide les employés, contractuels et consultants de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) à communiquer une image professionnelle uniforme du Ministère en les incitant à utiliser correctement les différents éléments graphiques. Le présent guide continue sur la lancée des initiatives du gouvernement du Canada en matière de communications et d'uniformité de la présentation et de l'exploitation afin d'améliorer la présence de l'administration fédérale. Le guide traite de l'utilisation d'éléments graphiques destinés à deux audiences distinctes : l'auditoire interne, qui se limite à TPSGC, et l'auditoire externe, qui inclut le grand public et les autres ministères et organismes gouvernementaux. L'utilisation uniforme de ces éléments graphiques distinctifs permettra de mieux faire connaître aux Canadiennes et aux Canadiens le mandat et l'importance de TPSGC.

En donnant à ses supports de communication une présentation et une exploitation uniformes, TPSGC renforcera notre visibilité en tant qu'organisation du gouvernement fédéral. Notre image de marque constitue un puissant outil de communication et un important mécanisme de communication qui viennent tous deux appuyer le Programme de coordination de l'image de marque (PCIM).

Les normes énumérées dans le présent guide se rapportent aux décisions du Comité des affaires qui visent à augmenter la présence de TPSGC au sein du gouvernement du Canada, conformément au plan d'action du Secrétaire du Conseil du Trésor en vigueur à l'échelle de l'administration fédérale dans le but de revitaliser le PCIM et le mot-symbole Canada.

Le guide fournit des directives qui ont pour but d'assurer que les applications relatives à l'image de marque et à la conception graphique, tant à l'interne qu'à l'externe, est conforme au cadre de travail du PCIM. Il indique aussi comment insérer de façon correcte et uniforme les éléments graphiques particuliers dans tous les supports de communication, notamment les imprimés, les produits multimédias et les documents publiés sur Internet.

Chaque direction générale et région de TPSGC est responsable de l'application de ces normes graphiques à tous ses produits de communication. Le Bureau de la traduction, Conseils et Vérification Canada et l'Office des normes générales du Canada peuvent utiliser leur propre image de marque. Les programmes, les initiatives et les services uniques mis en œuvre pour le compte du gouvernement du Canada, notamment le site du Canada, PubliService et le 1 800 O-Canada, peuvent utiliser la signature du gouvernement du Canada. Ils sont donc exemptés du PCIM de TPSGC. Toute utilisation de l'image de marque de TPSGC doit se faire conformément aux conditions énoncées dans le présent guide. Il est obligatoire d'en respecter les dispositions. Après avoir consulté le membre du Comité de direction ministériel approprié, la directrice générale des Communications évaluera toute demande d'exception.

Même si nous avons fait tout notre possible pour englober la plupart des applications, ces normes seront examinées de façon systématique, et nous y intégrerons les ajouts et révisions, ainsi que tous les nouveaux moyens de communication.

**Remarque :** Pour obtenir des modèles d'application, consulter *La Source* de l'intranet de TPSGC à l'adresse suivante : <http://source.tpsgc.gc.ca/guide>





1.0	INTRODUCTION	1
2.0	ÉLÉMENTS GRAPHIQUES	2
	2.1 Éléments graphiques communs	2
	2.1.1 Mot-symbole Canada	2
	2.1.2 Signature du Ministère	2
	2.1.3 Espace créatif	3
	2.2 Composantes internes	4
	2.2.1 Description de l'identificateur ministériel interne	4
	2.2.2 Description des polices de caractères et de la typographie internes	5
	2.2.3 Couleur	5
	2.3 Composantes externes	6
	2.3.1 Description de l'image de marque externe	6
	2.3.2 Description des polices de caractères et de la typographie externes	8
	2.3.3 Couleur	8
3.0	LANGUES OFFICIELLES	9
4.0	APPLICATIONS	10
	4.1 Applications admissibles : internes	10
	(avec identificateur ministériel)	10
	4.2 Applications admissibles : externes	10
	(avec image de marque)	10
	4.3 Applications inadmissibles : internes et externes	10
5.0	EXEMPLES D'APPLICATIONS	11
	5.1 Dépliants	11
	5.2 Couvertures de publications	12
	5.3 Pages Web	13
	5.3.1 Page Internet externe – Plan d'ensemble de la page	14
	5.4 Diaporamas	15
	5.5 Bulletins	16
	5.6 Fiches de renseignements	17
	5.7 Stands et activités spéciales	18
	5.8 Certificats	19
6.0	CALENDRIER DE PRODUCTION DE BASE	20
7.0	CONSEILS PRATIQUES – PHOTOS ET IMPRESSION	21
	7.1 Conseils pratiques relatifs aux photos	21
	7.2 Conseils pratiques relatifs à l'impression	21
8.0	ISBN, ISSN ET DROIT D'AUTEUR	22
9.0	LEXIQUE	23
10.0	PERSONNES-RESSOURCES ET RÉFÉRENCES	25
	10.1 Personnes-ressources	25
	10.2 Politiques et lignes directrices pertinentes	26

Janvier 2001

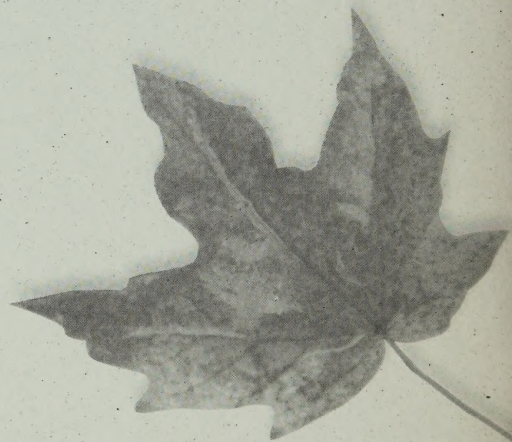
ISBN : 0-662-65300-9

N° de cat. : P35-126/2000

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par  
le ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux Canada (2001).







## Guide de normes graphiques

## Travaux publics et

## Services gouvernementaux Canada

*Programme de l'image de marque*